

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES – SCHLA
DEPARTAMENTO DE ARTES - DEARTES**

LUCAS FRANÇOLIN DA PAIXÃO

**A INDÚSTRIA FONOGRÁFICA COMO MEDIADORA
ENTRE A MÚSICA E A SOCIEDADE**

**CURITIBA
2013**

LUCAS FRANÇOLIN DA PAIXÃO

**A INDÚSTRIA FONOGRÁFICA COMO MEDIADORA
ENTRE A MÚSICA E A SOCIEDADE**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Música, linha de pesquisa Musicologia Histórica e Etnomusicologia do Programa de Pós-graduação em Música, Departamento de Artes, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. Daniel Quaranta

**CURITIBA
2013**

Ata oitogésima segunda, referente à sessão pública de defesa de dissertação para a obtenção de título de mestre a que se submeteu o mestrando Lucas Françolin da Paixão. No vigésimo sexto dia de fevereiro de dois mil e treze, às quatorze horas na sala 112, no DEARTES, do Setor de Artes, Comunicação e Design da Universidade Federal do Paraná, foram instalados os trabalhos da Banca Examinadora, constituídos pelos seguintes Professores Doutores: **Daniel Quaranta (UFJF)**, orientador, **Edwin Pitre Vásquez (UFPR)** e **Luiz Eduardo Castelhães Pereira da Silva (UFJF)**, por Skype, designados pelo Colegiado do Curso de Pós-Graduação em Música, para a sessão pública de defesa da dissertação intitulada "A Indústria Fonográfica como Mediadora entre a Música e a Sociedade" apresentada por Lucas Françolin da Paixão. A sessão teve início com a apresentação oral do mestrando sobre o estudo desenvolvido. O senhor presidente dos trabalhos concedeu a palavra ao primeiro examinador e ao segundo para as suas arguições, seguidos pela defesa do candidato. Na sequência, o Professor **Daniel Quaranta** retomou a palavra para as considerações finais. Na continuação, a Banca Examinadora, reuniu-se em sigilo para avaliação final do candidato. Em seguida, o senhor Presidente declarou **APROVADO** o candidato, que **RECEBEU** o título de **Mestre em Música**, devendo encaminhar a Coordenação em até 60 dias a versão final da dissertação. Encerrada a sessão, lavrou-se a presente ata, que vai assinada pela Banca Examinadora e pelo candidato. Feita em Curitiba, no vigésimo sexto dia de fevereiro de dois mil e treze. XXX

Dr. Daniel Quaranta
(UFJF)

Dr. Edwin Pitre Vásquez
(UFPR)

Dr. Luiz Eduardo Castelhães
Pereira da Silva
(UFJF)

Lucas Françolin da Paixão

Dedico este trabalho a todos aqueles que acreditam no investimento na educação e no acesso livre à informação como formas eficazes para construir uma sociedade mais justa.

AGRADECIMENTOS

Acredito que o processo da dissertação e do mestrado desperta fundamentalmente um crescimento individual. Durante esse curso a interação de várias pessoas inevitavelmente influenciou a produção do presente trabalho.

Sou grato ao meu orientador, professor doutor Daniel Quaranta (UFJF), principalmente pelas provocações que motivaram meu senso crítico em relação ao presente trabalho e despertou uma visão mais dirigida e objetiva do discurso anteriormente conduzido de forma ingênua na crença de que o próprio conteúdo desenvolvesse sua autonomia.

Ao professor doutor Luiz Castelhões (UFJF) nas críticas construtivas com a finalização desse trabalho e a recomendação da leitura de Umberto Eco que possibilitou criar matizes e amenizar a dureza do discurso Frankfurtiano.

Aos professores doutores José Eduardo Ribeiro de Paiva (UNICAMP), Eduardo Vicente (ECA/USP) e Mônica Kaseker (PUC-PR) que se corresponderam por e-mail fornecendo artigos, livros e diversas informações complementares das áreas específicas relacionadas à indústria fonográfica no Brasil e do desenvolvimento do rádio.

À professora doutora Ana Luisa Fayet Sallas (UFPR) pelo convite às disciplinas de mestrado em sociologia que possibilitam uma compreensão ampliada dos autores da Escola de Frankfurt.

Ao professor doutor Hugo de Souza Mello (UFPR) pelos livros sobre as origens e desenvolvimento do registro do som que não são encontrados no Brasil e complementaram este trabalho com a abordagem histórico-técnico-evolutivo.

À professora doutora Ana Maria Ochoa (Columbia University) por gentilmente enviar uma cópia eletrônica de seu livro na inexistência de exemplares impressos no Brasil.

À doutoranda Bárbara Odebrecht (UNICAMP) que me (re)introduziu à área da antropologia clarificando e corrigindo diversos equívocos de conceitos prévios e facilitou a compreensão distinta do estudo de um mesmo objeto por diferentes áreas do conhecimento.

Aos colegas do Programa de Pós-graduação em Música e Sociologia da UFPR que em discussões dentro e fora de sala de aula, por trocas de e-mails e encontros de estudos contribuíram direta e indiretamente com meu trabalho com críticas e motivação pessoal.

Agradezco a los amigos Magíster Sergio Andres Murillo Jerez (Bucaramanga) y Magíster Maria Ximena Alvarado Burbano (Cali) por compartir los diversos momentos de consumo apasionado de café y todo lo que aprendí en nuestra convivencia.

À linguista e amiga Karina Quadrado por sua dedicação na revisão deste trabalho.

Aos demais amigos que, de alguma forma, compreendem minha ausência e distanciamento devido ao processo de pesquisa.

A todos os demais que me forneceram informações para esse trabalho e que devido à intensidade do processo eu não lembre.

Time transformed into art is no longer time:
It's Eternity.

Rosae Novichenko

RESUMO

Desde seu estabelecimento, a indústria fonográfica modificou o modelo de produção musical e a relação entre a sociedade e sua música. A partir do século XX, o mercado de música gravada se estabeleceu nas sociedades industrializadas como sinônimo de progresso e se tornou referência para a produção de música popular. O presente trabalho aborda historicamente as mediações estabelecidas com o desenvolvimento da indústria fonográfica desde o surgimento dos aparelhos de fixação do som até a recente estagnação do mercado de música. Para isso, são descritos os processos de desenvolvimento dos principais equipamentos de gravação e reprodução do som e como estes interferiram na produção musical incluindo algumas implicações estéticas na música. São analisadas informações sobre política e economia do mercado de música brasileiro, principalmente a partir da segunda metade do século XX, para descrever o processo de consolidação da indústria no Brasil. São descritos as cadeias, os processos da indústria fonográfica em comparação com os demais segmentos industriais. Por fim, utilizando de conceitos da Escola de Frankfurt é feita uma reflexão sobre a relação do consumo de música, a dicotomia entre música como produto e música como obra de arte, como identidade de um povo, e como um produto comercializável e necessário para manutenção do sistema econômico do qual a indústria fonográfica é parte.

Palavras-chave: indústria fonográfica, mercado fonográfico, produção musical, Brasil

ABSTRACT

Since its establishment the music industry has changed the model of music production and the relationship between society and its music. From the twentieth century, the recorded music market was established in industrialized societies as a synonym of progress and has become a reference for the production of popular music. This study approaches historical mediations established with the development of the music industry since the emergence of sound recording until the recent stagnation of the music market. The development processes of the main equipments for sound recording and reproduction is and how they interfere in the music production, including some music aesthetic implications. Information about politics and economics of Brazilian music market are analyzed, mainly from the second half of the twentieth century, intending to describe the process of industry consolidation in Brazil. Chains are described, the processes of the music industry compared to other industries. Finally, using the concepts of the Frankfurt School a reflection is made about the relationship of music consumption, the dichotomy between music and music as a product as a work of art, as the identity of a people, and as a marketable product and required for maintenance economic system which is part of the music industry.

Keywords: phonographic industry, music business, music production, Brazil

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Diagrama da indústria cultural.....	39
Figura 2 - A ordem tradicional de produção musical	43
Figura 3 - Possibilidades da atual ordem de produção musical	44
Figura 4 - Venda de produtos da indústria fonográfica no Brasil	62
Figura 5 - Venda de música gravada no Brasil incluindo meios eletrônicos	69

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - A cadeia de produção musical.....	42
Tabela 2 - Venda discriminada de produtos da indústria fonográfica no Brasil no período de 1978 até 1994 com valores expressos em milhões	66
Tabela 3 - Aumento do percentual da pirataria.....	71
Tabela 4 – Resumo comparativo entre dois tipos de ouvinte de música gravada.....	77

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1 CONTEXTUALIZAÇÃO	19
1.1 MÚSICO AMADOR E PROFISSIONAL	25
2. O REGISTRO DO SOM	27
2.1 ERA ACÚSTICA	27
2.2 ERA ELÉTRICA	30
2.3 ERA DIGITAL	34
3. DELIMITAÇÃO DO OBJETO	38
3.1 A CADEIA DE PRODUÇÃO MUSICAL	41
3.2 A ORDEM DE PRODUÇÃO MUSICAL	43
3.3 ALGUNS EFEITOS DA LIMITAÇÃO TÉCNICA	46
3.4 NOVOS INSTRUMENTOS DE PRODUÇÃO MUSICAL NA ERA DA ELETRÔNICA	49
3.5 TOCAR MÚSICA E DISCO	50
3.6 MÚSICA PARA MICROFONE E ALTO FALANTE	51
4 A INDÚSTRIA CULTURAL	53
5 O MERCADO DE MÚSICA NO BRASIL	60
5.1 POLÍTICA, ECONOMIA E MERCADO FONOGRÁFICO	61
5.2 A PIRATARIA DE MÚSICA GRAVADA E A ERA DA INTERNET	69
5.3 PRODUTO CULTURAL, MÚSICA E FETICHISMO	72
CONSIDERAÇÕES FINAIS	80
REFERÊNCIAS	87
REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	93
APÊNDICES	101
ANEXOS	103

INTRODUÇÃO

Se eu tivesse de resumir o século XX, diria que despertou as maiores esperanças já concebidas pela humanidade e destruiu todas as ilusões e ideais.

Yehudi Menuhin

O século XX foi marcado por inúmeros avanços tecnológicos que possibilitaram uma visão otimista na crença de que, com bases no desenvolvimento das tecnologias, seria possível superar os problemas econômicos e sociais.

No entanto, já na primeira metade, a partir de 1914, as duas grandes guerras mundiais marcaram definitivamente a época que ficou conhecida como a “dos grandes massacres”. Em ambas as guerras, o continente europeu foi o mais afetado pelas batalhas militares que resultaram na destruição de cidades inteiras. As batalhas geraram grande instabilidade nas sociedades atingidas de modo que os principais países da Europa envolvidos nas Guerras detiveram maiores prejuízos comparados aos países que não enfrentaram batalhas em sua área continental – como é o caso dos Estados Unidos que sofreu apenas ataques na região de Pearl Harbor. Após o fim da Segunda Guerra Mundial, a rivalidade entre Estados Unidos e União Soviética foi exposta e deu início a uma disputa entre seus dois sistemas ideológicos: o capitalismo e o socialismo.

Até o século XX, o Brasil, assim como diversos países da América Latina, esteve sob influência de ambos os sistemas até o Golpe de 1964, que induziu o país a um regime militar ditatorial e o afastou politicamente da zona de influência socialista, consolidando o modelo capitalista. É nesse contexto político que surge um segmento específico da Indústria Cultural no campo da música: a Indústria Fonográfica.

No início da Revolução Industrial – no século XVIII – os operários estavam submetidos a severas condições de trabalho, cuja baixa remuneração era quase insuficiente para fomentar sua subsistência. As classes dos trabalhadores incipientes emergiram na medida em que formaram sindicatos que, ao longo dos anos, reivindicaram melhores condições de trabalho. Se antes tais classes não participavam do modelo de consumo do sistema capitalista, a população emergia ao passo que suas melhorias salariais são atendidas. A sobra resultante da vantagem salarial garante ao trabalhador maior potencial de consumo, tornando-se dessa forma cada vez mais comum a estratificação social de acordo com critérios econômicos em sobreposição aos critérios culturais. Uma nova população cresce em número e se torna mais economicamente participativa, firmando-se em um novo segmento de mercado com demandas

distintas dos demais segmentos pré-existent. A cada nova parcela populacional novos segmentos de consumo são estabelecidos em direto acordo com suas limitações de poder aquisitivo e características culturais.

A industrialização contribui com o capitalismo: o processo que modificou todo o modo de produção – antes majoritariamente artesanal – com a implantação de máquinas desenvolvidas para aumentar significativamente a produtividade dos fatores impulsionou o crescimento da economia de modo a favorecer o sistema capitalista. A invenção de máquinas foi fundamental para as revoluções industriais, as fábricas passaram a integrar máquinas no processo de produção criando novos paradigmas como o modelo do Fordismo¹. Diversas características afetam os produtos fabricados industrialmente por técnicas de produção em série auxiliadas por máquinas. É criada uma padronização nos processos de fabricação de acordo com receitas e moldes pré-concebidos que garantem aos produtos características idênticas: mesmas dimensões, materiais, formatos, cores etc. O processo de fabricação em larga escala também promove uma simplificação dos processos, a segmentação do trabalho diminui o tempo de treinamento dos operários, o processo dividido em simples etapas resulta em maior produção com menor esforço. Devido a esse conjunto de fatores o custo final dos produtos é reduzido e, conseqüentemente, torna-os comercialmente mais acessíveis às populações de menor poder aquisitivo.

Nos países subdesenvolvidos, o processo de industrialização ocorre de maneira diferente se comparado a países desenvolvidos, nos quais o processo de industrialização normalmente coincide com a urbanização e resulta no que é chamado de “modernização das sociedades”. No Brasil, o processo de modernização é considerado tardio², marcado pelo forte êxodo rural entre as décadas de 1950 e 1990, que trouxe grande quantidade populacional do campo para as cidades. As populações migraram motivadas principalmente por criação de vagas de trabalho nas fábricas recém implantadas. Todavia, a maioria dessas populações não estava capacitada para o trabalho operário. Sem qualificação adequada, a maior parte da

¹ Fordismo, termo criado pelo teórico Antonio Gramsci (1922), é o sistema de produção em série semiautomatizado e padronizado utilizado nas linhas de montagem de automóveis de Henry Ford. Cada funcionário realizava apenas uma parte do automóvel, o que simplifica o treinamento dos funcionários segmentando trabalhos complexos em simples etapas, já que cada função é limitada ao procedimento de poucas tarefas e de forma repetitiva. O modo de produção em série é satirizado pelo personagem *The Tramp* (O Vagabundo) no filme “Tempos Modernos” (1936), de Charles Chaplin.

² No capítulo 2 do livro “Culturas Híbridas”, Canclini (2008) aborda a questão do “Modernismo sem modernização”, que considera o processo de modernização no Brasil como forçado, incompleto e atrasado, modificando o modo de produção da sociedade sem investimentos básicos, como na educação, que possibilitariam um melhor aproveitamento humano no novo paradigma industrial. “Algumas comparações são rotundas. Na França, o índice de alfabetização, que era de 30% no Antigo Regime, sobe para 90% em 1890. [...] É muito diferente no caso do Brasil.” (CANCLINI, 2008, p. 68).

população não consegue emprego. Carentes de suporte, acumulavam-se nas periferias das cidades, formando comunidades de habitações precárias, sem planejamento urbano ou saneamento básico, causando crescimento desenfreado das cidades e estabelecendo inúmeros problemas urbanos consequentes. Comparando o Brasil com os países desenvolvidos, é possível identificar que o modelo de produção e de consumo resultante do processo de industrialização foi implantado no Brasil sem haver investimentos – principalmente nos setores da educação e da urbanização – para compor requisitos básicos na consolidação do modelo industrial de maneira a abranger uniformemente a grande parcela da população brasileira.

Ao longo do século XX, o modelo industrial cresceu em todos os segmentos da produção de bens de consumo, iniciado no setor têxtil, impulsionado pela indústria bélica, modernizado com a popularização dos motores à combustão e da eletrônica, abarcou cada vez mais setores: siderúrgico, metalúrgico, farmacêutico, alimentício, eletrônico. Além da produção de bens concretos, surgem indústrias que promovem fornecimentos de serviços como energia, telecomunicações e cultura. A indústria cultural é um setor composto por alguns segmentos como de telecomunicações, literário, dramatúrgico e musical.

No campo da música os aparelhos de gravação e reprodução de som introduziram um meio possível de comercialização da música na forma de um produto concreto: a música gravada. Os formatos de registro de som são passíveis de serem replicados sucessivamente – assim como os demais bens industriais – e possibilitam a criação de um produto de música compatível com o modelo industrial. Se a imprensa de Gutenberg possibilitou a criação da indústria editorial, as máquinas criadas para gravação e reprodução do som por Edison, Berliner e Johnson foram essenciais para o nascimento da indústria fonográfica.

Em termos físicos, os sons são uma forma de energia mecânica que percorrem certa quantidade de espaço propagando-se no ar e perdurando por algum tempo de acordo com sua energia até inevitavelmente se dissipar. Nesse sentido, a música – composição de sons e de silêncios – está intrinsecamente relacionada com os movimentos produzidos por um ou mais músicos. As vibrações das pregas vocais e dos corpos de instrumentos musicais emanam sons de acordo com a vontade de quem os produz. A música ocorre enquanto o músico a toca, talvez seja essa a acepção mais tradicional de produção musical até a criação das máquinas que possibilitaram registrar e recriar os sons gravados. Com a invenção da música gravada, torna-se possível armazenar os sons de maneira concreta – e não apenas na memória das pessoas – viabilizando uma série de mudanças no paradigma da produção musical.

Apesar de a partitura ser uma forma bem anterior de registro de música, esta não foi substituída pela gravação. Com exceção da música concreta, a partitura, comparada à gravação, tem funções distintas, seja como uma ferramenta muito utilizada por compositores no esboço e registro de suas ideias, um objeto que norteia a execução de uma mesma peça para vários instrumentos musicais ou ainda um suporte gráfico que representa a música em papel. Por se tratar de uma mídia de baixa tecnologia de fácil reprodução, o papel possibilita a difusão da música bem anterior à criação dos suportes de registro do som. A partitura não registra os sons, mas sim representações gráficas abstratas de acordo com regras de notação musical que estabelecem uma espécie de linguagem compreendida por uma parcela especializada da população capaz de interpretá-la.

São os músicos capazes de ler notações musicais e recriar seus sons. A música gravada, ao contrário, não requer um músico como mediador para sua reprodução. Faz-se necessário apenas a mediação por aparelhos específicos de reprodução sonora. Dessa forma o ouvinte ganha a habilidade de “tocar” uma grande orquestra apenas por meio de simples movimentos necessários para acionar o sistema de reprodução como abastecer seu aparelho de som com a mídia desejada e eventualmente ajustar botões que controlam o nível de amplificação do som. O funcionamento do sistema ocorre de forma autônoma: lê as informações registradas na mídia, amplifica seu sinal e o transmite para um ou mais transdutores que vibram e recriam de maneira mais ou menos fiel o som da música registrada na mídia.

A música ocorre tradicionalmente em eventos sociais: concertos, óperas, cerimônias religiosas, festas e tantos outros nos quais músicos são contratados para apresentar determinado repertório. Antes da criação da gravação do som, era inerente a presença de ao menos um músico – seja esse amador ou profissional – para produzir música.³ Após a criação da música gravada sua presença *in loco* não é mais fundamental podendo ser substituída por maquinários que reproduzem o som do repertório que foi tocado por músicos, mas gravado em algum momento prévio e em outro local. Começa a haver as primeiras mudanças no aspecto da sociabilidade na música. Mais recentemente, com a popularização de equipamentos portáteis criados para reproduzir música em fones de ouvido – como o iPod – o consumo de música passa por uma mudança radical de paradigma. As vendas de suportes físicos de registro do som começam a cair em função do aumento da difusão de gravações de

³ Estão desconsideradas as primeiras máquinas de reprodução autônoma de música: a caixinha de música e a pianola (piano mecânico). Essas máquinas não registravam o som em si, apenas um conjunto de instruções mecânicas que produziam movimentos adaptados para emissão de sons. Logo, são basicamente instrumentos musicais autônomos.

música via internet em formato digital – como o MP3 – que não depende de um suporte físico em específico. A queda das vendas de música gravada força o fechamento de grandes redes de lojas especializadas em comércio de música. O comércio de música gravada aos poucos migrou para a internet com a criação das lojas virtuais.

A criação de aparelhos portáteis capazes de reproduzir música nos formatos com compactação digital promove uma mudança de comportamento da apreciação musical. Enquanto anteriormente os equipamentos capazes de reproduzir música demandavam mídias físicas, a audição de música estava restrita a ambientes específicos onde os aparelhos podiam ser instalados. A maior parte desses equipamentos era construída para a audição de música por meio de caixas de som com alguns alto-falantes. Os equipamentos tipicamente reproduzem o som de forma amplificada, o som se propaga pelo ambiente de modo que várias pessoas o possam ouvir simultaneamente. Gradativamente a audição de música sem a interação social dos músicos se torna mais comum, porém o aspecto social ainda se mantém em parte no qual os ouvintes compartilham a audição dos sons interagindo socialmente. No caso da apreciação musical mediada por equipamentos de som, a interação social dos ouvintes com os músicos não existe e está substituída pela interação dos ouvintes com a gravação, o que constitui basicamente o ritual dos procedimentos técnicos que são necessários para fazê-lo soar no equipamento de som.

O caso da recente popularização dos equipamentos portáteis é diferente. Esses equipamentos são fabricados com o propósito de se ouvir música por meio dos fones de ouvido. Nesse caso, a apreciação musical é individual e desconectada do ambiente social no qual o ouvinte está. O ouvinte ganha habilidade de escolher uma trilha sonora particular e de escuta solitária. A característica social praticamente intrínseca na tradição de ouvir música começa a ser modificada. Com exceção dos ensaios individuais dos instrumentistas de uma orquestra que aperfeiçoam sua *performance*, a produção de música sempre esteve associada a eventos sociais de alguma forma. Desse modo, a popularização dos arquivos de áudio com formato compactado não somente causou uma mudança de paradigmas na indústria fonográfica, também é possível observar características que sinalizam uma mudança cultural na audição de música. O aumento do consumo dos equipamentos com fones de ouvido em relação aos equipamentos com alto-falantes evidencia certa tendência individualizante no comportamento do ouvinte principalmente no público jovem tradicionalmente mais receptivo às inovações tecnológicas.

No capítulo 1 desta dissertação há uma contextualização sobre algumas mudanças de paradigmas na produção musical mediada pela criação dos suportes de registro do som que viabilizaram a criação da indústria fonográfica.

A cultura da audição musical anterior à criação dos aparelhos portáteis de reprodução não era exclusivamente social, nada impede que alguém eventualmente faça uma escuta musical solitária utilizando aparelhos de som tradicionais, porém a criação dos sistemas de amplificação do som produz maior projeção sonora e, com isso, proporciona a execução de música para maiores públicos. Os sistemas de amplificação do som foram inicialmente desenvolvidos para possibilitar a transmissão de som via rádio e posteriormente utilizado em melhorias técnicas nos suportes de registro do som, como está descrito no capítulo 2. No mesmo capítulo estão resumidos alguns dos processos de desenvolvimento dos maquinários necessários para o registro do som e o início do mercado de música gravada.

Há uma série de usos de terminologias na questão da indústria da música nos quais passaram por diversas adaptações regidas principalmente por características mercadológicas os quais muitas vezes são distintos dos critérios da ordem musicológica. Com isso, no capítulo 3 há um mapeamento do campo da produção fonográfica no intuito de elaborar distinções entre os termos, suas funções e delimitar os diversos objetos tratados nesse trabalho de forma a compreender suas relações e suas mediações.

A escuta de música por meio do rádio também é outro exemplo da característica social da música. Apesar de os ouvintes estarem separados geograficamente existe uma estranha sensação de coletivo, de união, e talvez “pertencimento cultural”, na audição da mesma transmissão ao mesmo tempo de forma a configurar uma espécie de interação social parcial que pode vir a ser complementada posteriormente numa eventual conversa acerca do programa assistido. No capítulo 4 há uma discussão filosófica sobre o consumo de produtos culturais como a música gravada e a cultura de consumo propriamente dita do modelo capitalista. No capítulo 5, encontram-se diversas informações sobre o mercado musical brasileiro, são feitas algumas comparações com o mercado mundial e dos Estados Unidos desde sua estabilização até os anos recentes incluindo questões da política, economia, comércio legal e ilegal de produtos fonográficos, desmaterialização da música gravada em formatos digitais e a interação da internet nesse processo.

Há dois apêndices nesse trabalho, o apêndice A é um gráfico produzido de acordo com uma linha do tempo que reúne de forma cronológica diversos fatos históricos mais relevantes da história da indústria fonográfica no Brasil. O apêndice B é um diagrama que de forma abstrata compõe uma série de relações entre a indústria fonográfica e as grandes áreas de

conhecimento e as inter-relações entre os diversos objetos, atores e teorias abordados nesse trabalho.

Além dos apêndices, dois anexos contêm informações complementares. No anexo I estão reunidos todos os dados sobre vendas de produtos fonográficos no mercado brasileiro de 1966 até 2011, as informações foram compiladas de diversos relatórios anuais publicados pela ABPD e estão expressos em uma tabela. O anexo II é uma representação gráfica dos números do anexo I no qual o eixo horizontal representa o tempo segmentado em anos e o vertical o montante de vendas dos produtos fonográficos em milhões de unidades na como um quadro de evolução das vendas de música gravada no Brasil no mesmo período.

1 CONTEXTUALIZAÇÃO

Toda arte é perfeitamente inútil

Oscar Wilde

De acordo com Ikeda (2000), o interesse pelo estudo da música popular cresce no Brasil a partir da década de 1980, pois “a música popular adquiriu [importância] em nossa cultura cotidiana, no século XX, através da indústria da comunicação e do entretenimento, principalmente”. A partir do século XX, com a criação de meios para registro e reprodução do som, foram estabelecidos critérios básicos para o surgimento de uma nova relação abstrata que interage no campo da música. A Indústria Fonográfica se estabelece como um importante eixo para a música em todos os seus segmentos. Com o início da comercialização dos suportes para música gravada, novos segmentos surgiram, a atividade de compra e venda de música gravada constitui o mercado fonográfico. Conforme o mercado de música gravada cresce, este passa a financiar a maior parte da produção musical do século XX, exercendo uma importância econômica praticamente inexistente antes da criação dos suportes de gravação.

Paralelamente, o mercado de discos principalmente no Rio e em São Paulo, ampliava-se ao ponto de tornar à sua indústria uma das mais importantes do país (segundo IBGE a produção nacional de discos mantinha-se acima de meio bilhão de cruzeiros já em 1955) o que provocou a inovação das pesquisas de mercado para vender cientificamente de acordo com o gosto do público. Ora, como o público potencialmente comprador de discos era a classe média, foi o gosto alienado que se impôs ao gosto geral e, assim, todos os meios de divulgação – o disco, o rádio e depois a televisão – foram postos a serviço da música norte-americana e, no campo da música brasileira, do que mais parecesse com essa música dominante. (TINHORÃO, 1997, p. 124-125)

No Brasil, a consolidação plena da indústria fonográfica – e concomitantemente do mercado fonográfico – se deu apenas na década de 1990, período no qual a situação econômica brasileira finalmente foi estabilizada. Vale lembrar que nessa época inúmeras reformas econômicas se seguiram na tentativa de controle da inflação das moedas brasileiras até a implantação do Plano Real que finalmente estabilizou o mercado, quando houve um início de melhora na distribuição de renda, enriquecimento do oeste, entre outros fatores que colaboraram para aumentar a parcela da população consumidora, o que resultou na gênese de

um grande contingente populacional com condições básicas para integrar o modelo industrial de consumo. Bem defasada em relação aos países desenvolvidos, a indústria no Brasil começou a atingir às massas em grande parte do território com todo tipo de produtos, inclusive culturais, alcançando o maior desempenho de vendas do mercado fonográfico na história no final da mesma década evidenciando que os produtos culturais já não estavam mais restritos aos veículos de comunicação que até a década de 1980 vinculavam propagandas de produtos majoritariamente dirigidos à menor parcela da população com grande poder aquisitivo.

Praticamente de forma simultânea, no final da década de 1990, houve um período de forte pirataria⁴ que atingiu o mercado fonográfico brasileiro. A pirataria, iniciada com as fitas cassete, foi intensificada com a popularização do CD. Tal fenômeno contribuiu para a distribuição e o acesso dos produtos culturais de música às massas principalmente nos formatos digitais⁵, mas fez também o padrão industrial sofrer um revés econômico e propiciou um período de readaptação. Numa tentativa de proteger seu modelo lucrativo alguns artistas pertencentes ao *mainstream*⁶ fizeram uso dos programas de televisão em propaganda para alertar seus fãs consumidores quanto aos riscos de se adquirir um produto pirata.

O estabelecimento da internet em todo o planeta no início do século XXI⁷ tornou desmedido o processo de disseminação de música em arquivos digitais compactados⁸. A criação das redes de compartilhamento de arquivos possibilitam um processo transparente de transmissão de música sem a necessidade de nenhum tipo de comércio específico senão apenas o custeio da infraestrutura nas telecomunicações. À medida que a liberdade da troca de

⁴ O termo “pirataria” aqui se refere ao ato de copiar ou reproduzir, sem autorização, a música gravada, sendo considerada infração à legislação autoral em diversos países, incluindo o Brasil.

⁵ Iniciada com a fita cassete, a pirataria foi fortemente impulsionada pela facilidade de copiar fielmente um o áudio de CD. A popularização da internet e das redes de compartilhamento de música no formato MP3 banalizaram a cópia de música e iniciou uma grande discussão sobre as questões legais sobre o uso de propriedade intelectual.

⁶ *Mainstream* (inglês - mercadologia) principal eixo do mercado, produção dirigida ao grande público (massas) correlacionado com cultura popular local. No mercado fonográfico pertencem ao *mainstream* os músicos, produtores e técnicos que trabalham em produções financiadas pelas principais empresas fonográficas. Tal nomenclatura é também utilizada para a questão dos gêneros musicais (taxonomia da indústria da música) em que estão presentes os gêneros de maior comercialização de música popular. Em oposição ao *mainstream* estão os produtores independentes (*indie*) e gêneros musicais com menor comercialização, geralmente relacionados às atividades de contracultura (*underground culture*).

⁷ A rede mundial de computadores foi desenvolvida aos poucos: na década de 1970 ocorreu a primeira troca de e-mails, na década de 1980 foi padronizado o protocolo de comunicação entre os computadores e na década de 1990 foi implantado o sistema de navegação na rede por hipertexto. No entanto, somente a partir do século XXI passou a ser utilizada como forma de comunicação de massa.

⁸ A compactação digital é uma forma de representação reduzida por algoritmos matemáticos que podem representar exatamente a mesma informação original (processo sem perdas) ou ignorar uma parte dessa informação para aumentar sua eficácia (processo com perdas). A compactação de áudio e vídeo amplia o tráfego nas telecomunicações e reduz os custos com armazenamento. Alguns exemplos de arquivos digitais compactados específicos de áudio: AAC, FLAC, MP3, OGG e WMA (PAIXÃO, 2009).

arquivos digitais (incluindo músicas em formatos compactados) foi se popularizando as vendas de discos começaram a diminuir. Houve tentativas eloquentes das *majors*⁹ nos Estados Unidos em frear o tráfego livre de música em formatos compactados considerando que essa prática viola os direitos autorais e a caracterizando como pirataria de música na internet. Inúmeros processos judiciais contra os desenvolvedores dos *softwares*¹⁰ de redes de compartilhamento de arquivo de música e contra seus usuários foram utilizados como recurso da indústria no combate ao que se configurou como pirataria, em vão.¹¹ A popularização da troca de arquivos na internet continuou a aumentar de forma descentralizada tornando inviável a apelação por recursos judiciais. O modelo econômico da indústria definitivamente foi atingido. Consequentemente, o paradigma de consumo de música entrou em um processo de transição.

A partir da década de 2000, já como efeito do processo de transição da indústria fonográfica, lojas especializadas em vendas de música gravada em discos começam a fechar suas portas. A cultura de uso de suportes físicos para gravação de música, particularmente o formato disco, estava em decadência e migrava para os arquivos compactados independentes do tipo de mídia, como o MP3.¹² Em adaptação ao novo paradigma de consumo foram criadas lojas virtuais de música com ênfase no comércio de música em arquivos compactados, algumas das quais incluem suporte aos novos equipamentos portáteis capazes de reproduzir arquivos de áudio. Cada vez mais as lojas virtuais migram seu acervo fonográfico do formato físico, como o disco, para arquivos compactados, como o MP3. Logo, há uma mudança no comércio de música: restringe-se o comércio de átomos, os discos, em detrimento da venda de bits, arquivos digitais compactados.

⁹ *Majors* (inglês - mercadologia) é o termo usual na indústria fonográfica para designar as principais empresas do mercado fonográfico que concentram os maiores orçamentos para produções com atuação globalizada. Há uma diferença histórica, até a década de 1990 as *majors* estavam caracterizadas por um conglomerado de empresas sendo que cada qual era responsável por um segmento do mercado: produção, gravação, publicidade, imprensa ou distribuição. A partir do século XXI diversas fusões entre companhias uniformizaram o mercado em quatro principais empresas que compõem o mercado conhecido por “*Big Four*”: EMI Group, Sony BMG Music Entertainment, Universal Music Group e Warner Music Group. No final do ano de 2011 o grupo EMI foi vendido separadamente para cada um dos outros dois principais grupos no qual o grupo Universal ficou com a divisão de música gravada e o grupo Sony com as operações de distribuição musical.

¹⁰ *Software* (inglês) programa de computador ou aplicativo (derivação atual para programa gráfico simples). É um conjunto de rotinas e instruções que proporcionam suporte lógico do funcionamento de um computador.

¹¹ De acordo com Paiva (2011) as ações judiciais das gravadoras e músicos para frear o compartilhamento de música na internet sem pagamento de direito autoral não foram totalmente efetivas, pois resultaram no fechamento de algumas redes como o Napster que foram rapidamente suplantadas por novas outras redes. Os processos judiciais também causaram uma “crescente impopularidade” (*idem*, p. 34) por parte do público.

¹² Os arquivos digitais que registram o áudio podem ser armazenados em diferentes espécies de mídias. Os formatos com compactação de dados com perdas – como o MP3 – contêm menor informação e podem ser armazenados em todos os tipos de mídias que suportam arquivos digitais, incluindo os suportes em disco como os CDs e os discos rígidos, representando maior capacidade de arquivamento de música.

O processo de transição e mudança de paradigma também envolve a questão de como as pessoas se relacionam com a música e de como fazem música. Os suportes físicos de registro de som, de certa forma, caracterizam uma espécie de materialização da música em um produto físico. É possível identificar dois processos distintos como uma perspectiva para identificar a questão das mudanças na mediação técnica entre a sociedade e a música ao longo dos anos: 1) materialização da música com a criação dos suportes de registro do som; e 2) a atual desmaterialização da música, com criação de representações digitais do som independentes de um suporte físico em particular.

Por um lado, a materialização do registro do som deu origem ao produto de música – tanto com valor de uso como o de posse (valor de troca) – que caracteriza em plenitude o comércio de música gravada. Por outro lado, a desmaterialização do registro do som mantém o valor de uso e diminui o valor de troca de modo a desconfigurar parcialmente sua comercialização. A desmaterialização do produto destrói a necessidade do estoque, ou seja, não se pode acumular o produto como um recurso de troca, desfazendo uma das características mercantis fundamentais.

Dessa forma, é possível detectar algumas das mudanças ocorridas no segmento da produção musical em função da mediação técnica que se estabeleceu e culminou no que conhecemos como indústria fonográfica, principalmente os efeitos que tal mediação da indústria altera na música e na relação das pessoas.

Na América Latina esta divisão manifesta historicamente numa exclusão radical da música popular (tradicional ou não) dos conservatórios e escolas de música. A história que divide o mundo em "música universal" e "música local", "música nossa" e "música dos outros" não nasce com o termo apoiado na *world music* das prateleiras da indústria: pertence a mesma história do processo de colonização e da maneira como marcou a estruturação das disciplinas musicais. [...] A entrada das músicas locais nesta parcela produtiva das grandes gravadoras e festivais de *world music* em todo mundo frequentemente passa por um processo de "ser descoberto" pelas gravadoras ou por artistas pop do primeiro mundo e de uma adaptação de estilos e linguagens para poder competir com seu meio. (OCHOA, 2003, p. 101-103, grifo do autor, tradução nossa¹³)

Há uma predominância da execução da música de massa nos países em que a indústria da música está estabelecida. É possível que em alguns casos ocorra uma suplantação de

¹³ En América Latina dicha división se ha manifestado históricamente en la exclusión radical de las músicas populares (tradicionales o no) de los conservatorios y escuelas de música. La historia que divide el mundo entre "músicas universales" y "músicas locales", "músicas de nosotros" y "músicas de los otros" no nace entonces con el ingreso del término *world music* a los anaqueles de la industria: pertenece a la historia misma del proceso colonizador y la manera como marcó la estructuración de las disciplinas de lo musical.

tradições musicais locais por música estrangeira – ou importada – por interferência de interesses econômicos ou, ainda, que as mesmas tradições são utilizadas pela indústria para criar um produto com fins tipicamente comerciais como exemplifica Acosta (1982, p. 70, tradução nossa¹⁴).

Anteriormente, nas sociedades pré-capitalistas, os distintos tipos de música formavam um todo orgânico em que cada tipo correspondia a uma função. [...] O ingresso das músicas locais a esta parcela produtiva das grandes gravadoras ou por artistas *pop* do primeiro mundo e de uma adaptação de estilos e linguagens para poder competir em seu meio

No modelo de produção industrial o trabalho dos músicos, produtores e técnicos está intrinsecamente relacionado com o que é considerado como “demanda do mercado de música gravada”. Esses trabalhadores – que ocupam metaforicamente a posição hierárquica do operariado – produzem conforme as práticas estabelecidas no mercado fonográfico de cada período. Um dos efeitos da consolidação do mercado de música é a preponderância da circulação de música, dita, “popular”. De acordo com Acosta (1982) existe uma séria confusão sobre o uso do termo “música popular” nas sociedades capitalistas. Como exemplo o autor faz uma diferenciação entre “música folclórica” e “música popular”.

Mas se folclore significa “saber popular” ou “saber do povo”, por que fazer uma diferenciação entre música folclórica e música popular? Posto que a música folclórica é, sem dúvida, parte do **acervo popular**, da **cultura popular**, esta diferenciação é absurda e obedece aos mesmos mecanismos do consumo. [...] Para a sociedade de consumo capitalista, **o popular é o que se vende**, daí a situação paradoxal em que uma sociedade em que o popular, agora convertido em pop, não é concebido e realizado pelo próprio povo, mas **dirigido** pelos magnatas da “indústria cultural” e seus especialistas assalariados para consumo do povo. (ACOSTA, 1982, p. 72, grifos do autor, tradução nossa¹⁵)

¹⁴ Anteriormente, en las sociedades precapitalistas, los distintos tipos de música formaban un todo orgánico en el que cada tipo correspondía a una función. [...] El ingreso de las músicas locales a esta franja productiva de las grandes disqueras y festivales de *world music* en el mundo, frecuentemente pasa por un proceso de "ser descubierto" por las disqueras o por artistas pop del primer mundo y de una adaptación de estilos y lenguajes para poder competir en su medio.

¹⁵ Pero si folklore significa «saber popular» o «saber del pueblo», ¿por qué hacer una diferenciación entre música folklórica y música popular? Puesto que la música folklórica es sin duda parte del **acervo popular**, de la **cultura popular**, esta diferenciación es absurda, y obedece a los mismos mecanismos del consumo. [...] Para la sociedad de consumo capitalista, **lo popular es lo que se vende**, y de ahí la situación paradójica de una sociedad en que lo popular, ahora convertido en **pop**, no es concebido y realizado por el propio pueblo, sino **dirigido** por los magnates de la «industria cultural» y sus especialistas asalariados para consumo del pueblo.

Há aqui duas dificuldades conceituais: 1) um possível paradoxo da diferença entre música folclórica e música do povo cuja acepção é traída pelo significado original do termo **folclore**, porém está parcialmente justificada de acordo com o uso comercial, 2) a suposta passividade absoluta por parte do povo em aceitar as denominações impostas pelos interesses dos diretores das principais empresas que compõem a indústria, segundo Acosta. Conceber a manipulação da opinião de toda uma sociedade é quase o mesmo que aceitar a existência de uma alienação generalizada por parte de toda uma população que se integra totalmente ao modo passivo de consumo ditado por alguém. A totalidade do discurso é questionável, porém o mesmo discurso revela que a denominação de **popular** em um produto é, por intenção da indústria, parte de uma estratégia comercial em promover ao público a identificação com este que supostamente sempre pertenceu à cultura de seu povo. Mesmo dessa forma, a concepção se mantém em uma sociedade que não se comporta como consumidora ativa com faculdades críticas.

Quando se trata de mercado, a principal preocupação está no potencial de venda de um produto, Nesse caso nem sempre são as virtudes, e sim a demanda – ou aceitação¹⁶ – do mercado que projeta um produto e o torna, de fato, popular. A música popular, nesse caso, é regida por importâncias de ordem comercial. O sucesso no âmbito do mercado de música tem uma relação direta com sua popularidade, a música obtém maior sucesso quanto mais pessoas a reconhecerem. Não importa quais adjetivos são utilizados pela crítica especializada e nem se as pessoas gostam dela.

De acordo com Dottori (2006), o gosto está intimamente relacionado com nossa identidade, permeia com a questão da estratificação musical e interfere na escolha pelo indivíduo de seus gêneros musicais, pode-se “ver como óbvia a ligação e a rigidez entre gosto musical e migração através de estratos sociais [...], o gosto se funda e se exerce na escolha de algum dentre os gêneros possíveis” (p. 40-44). Assim como Dottori, Acosta (1982) também aponta para uma relação direta entre estratos sociais e gêneros musicais.

Encontramos formas de expressão musical que correspondem a diversas funções sociais: rituais diversos, festas populares, ações militares, etc. Há também uma

¹⁶ O uso de terminologias comuns da mercadologia nem sempre é bem aceito na área das artes. Provavelmente muitos discordariam da ideia da existência prévia de uma necessidade por determinada arte seja qual for a expectativa do público. Parte dessa relutância se justifica na má interpretação do termo: é preciso observar que inevitavelmente um determinado produto obtém maior sucesso comercial, ou seja, melhor aceitação por parte do público e, dessa forma, pode-se tornar popular e ter sua procura aumentada. Logo, nesse caso, ignorada a discussão de quais fatores causam o sucesso comercial, é importante esclarecer que o termo “demanda” não configura uma necessidade pré-existente por parte do público consumidor, ao contrário, está necessariamente precedida pela oferta.

música destinada a acompanhar o canto, a dança, pantomima e teatro. Apesar do caráter bastante estático destas culturas antigas, como a que envolve uma diferenciação progressiva divisão da sociedade em classes. Primeiramente a música começou a ser estereotipada em **gêneros** de acordo com a sua **função** e depois esses gêneros foram se tornando a única expressão de uma ou outra classe social. Tudo isso também é encontrado, com seus próprios personagens, a música do Ocidente cristão durante a Idade Média. (p. 14-15, grifos do autor, tradução nossa¹⁷)

Assim, é possível compreender que o mercado de música concebe como sucesso aquele produto que se torna conhecido por grande parte da população, principalmente para aqueles com potencial financeiro para consumo da música gravada. Os gêneros musicais estão de alguma forma associados ao gosto de cada estrato social, logo as produções de sucesso variam entre gêneros de acordo com cada região, período e classe social preponderante no consumo de música gravada.

1.1 MÚSICO AMADOR E PROFISSIONAL

As mudanças na mediação da música provocadas pela inclusão de uma nova tecnologia são exclusivas das gravações do som. Muito antes a mediação na música já foi afetada por outra indústria.

Com a imprensa (1501), a difusão da música escrita deu origem a um novo perfil de amadores capazes de ler e de cantar, em família ou entre amigos, as conções polifônicas ou de tocá-las em seus instrumentos. Por um período de, pelo menos, cinco séculos, as práticas musicais eruditas, assim como as práticas de ensino centraram-se na partitura. (DELALANDE, 2009, p. 55)

De acordo com Delalande, a reprodução de partituras tornou possível a existência de uma prática não profissional de *performance* musical. É possível concluir que anteriormente à criação da imprensa a prática de música escrita estava praticamente limitada a musicistas

¹⁷ Encontramos formas de expresión musical que responden a distintas funciones sociales: rituales diversos, fiestas populares, acciones bélicas, etcétera. Asimismo, hay una música destinada al acompañamiento de cantos, bailes, pantomina y teatro. A pesar del carácter más bien estático de esas antiguas culturas, dichas diferenciaciones ya implicaban una progresiva división de la sociedad en clases. La música empezaba a estereotiparse en géneros de acuerdo a su función primero, y luego estos géneros se iban haciendo expresión de la singularidad de una o otra clase social determinada. Todo esto lo encontramos también, con sus propios caracteres, en la música del occidente cristiano durante el Medioevo.

profissionais. Com a chegada da música gravada a mediação pelo músico amador foi novamente afetada.

Penalizado pela complexidade do discurso musical e contemplado pela facilidade com que podia ter acesso à música por meio das gravações, o músico amador, essa figura essencial no desenvolvimento e na disseminação do conhecimento musical do Ocidente, tornou-se uma espécie em extinção no decorrer do século XX. Seu papel tem consequências que transpassam do campo social e econômico ao artístico e estético, num extenso período da história da música. (IAZZETTA, 2009, p. 47)

Naturalmente, o músico amador, por não ter o mesmo preparo da classe dos especialistas iniciados, enfrenta mais dificuldades para ler e interpretar as músicas escritas, principalmente quando a técnica exigida é mais complexa. Ao longo da história, principalmente entre os séculos XVIII e XIX, a demanda por concertos públicos aumentou e se formou uma exigência de maior qualidade artística por um público de ouvintes especializados. Essa exigência por qualidade foi, aos poucos, distinguindo o músico profissional que não se limita apenas ao domínio da prática. (IAZZETTA, 2009)

2. O REGISTRO DO SOM

A natureza do som está delimitada a um período de tempo e a um espaço. Em termos físicos, se trata de uma forma de energia mecânica perecível caracterizada pela sua rápida transformação em outros tipos de energia principalmente em calor – energia térmica. A volatilidade do som como energia praticamente impede seu aprisionamento. Não há uma forma eficiente de conservá-lo ou transportá-lo. Câmaras de eco são, possivelmente a única forma na qual se consegue aprisionar o som. Mas as reflexões das ondas mecânicas nas câmaras de eco inevitavelmente provocam transformações de energia de modo que, depois de algum tempo, a intensidade do som ecoado inevitavelmente decai e em questão de segundos o som refletido – o eco – se repete com menos intensidade até se esvair. A única maneira possível para registrar o som, portanto, é transformá-lo em alguma forma mais perene.

Em acordo com Millard (1995), o registro do som pode ser classificado tecnicamente em três sucessivas eras: (a) acústica, (b) elétrica e (c) digital. Na era acústica, equipamentos promovem transformação das oscilações mecânicas de som em oscilações mecânicas gráficas. Na era elétrica, os equipamentos transformam as oscilações mecânicas em oscilações elétricas. Já na era digital, emprega-se a transformação elétrica e representação digital – código binário ordenado – do sinal elétrico. Ou seja, as três eras são caracterizadas por uso de diferentes formas para gravação do som: (a) acústica – puramente mecânica, (b) elétrica – que inclui gravação eletromecânica e eletromagnética – e (c) digital – representado em código binário ordenado gravado em formas eletromagnética, ótica e recentemente em forma eletrônica¹⁸.

2.1 ERA ACÚSTICA

O primeiro registro da voz humana data de 1860 está atribuído ao tipógrafo parisiense Édouard-Léon Scott de Martinville¹⁹ inventor de um aparato patenteado com o nome de

¹⁸ Forma de armazenamento elétrico em semicondutores, é o mesmo circuito elétrico utilizado como memória volátil em computadores (RAM), memória permanente de somente leitura (ROM) e que foi melhorado para um padrão de memória permanente de possível leitura e escrita (conhecido como memória *flash*) e popularizado em produtos como o *pendrive* – que, por sua vez, tornou obsoleto o padrão disquete.

¹⁹ Édouard-Léon Scott de Martinville, França, foi tipógrafo, livreiro e inventor. (HIGGINS; ROSS, 2008)

Fonoautógrafo²⁰. Esse aparelho representava as oscilações mecânicas produzidas pelo som da voz humana na forma de ranhuras grafadas em um pedaço de papel²¹, mas não era capaz de representá-lo novamente em forma de som. Só foi possível recriar o som da voz registrada na década de 1860 em 2008, comprovando, assim, este como o primeiro “autógrafo vocal” da história. (HIGGINS; ROSS, 2008, p. 165, tradução nossa).

The First Sound Collaborative apresentou a gravação mais antiga conhecida na annual Association for Recorded Sound Collections conference em Palo Alto. A gravação foi um fonoautógrafo criado pelo inventor parisiense Edouard-Leon Scott de Martinville em 1860. Fonoautógrafos eram representações visuais das ondas de som que não podiam ser reproduzidas. O equipamento de Scott rabiscava as ondas de som num pedaço de papel escurecido com fumaça de lâmpada a óleo. Com a ajuda de cientistas no Laboratório Nacional de Lawrence Berkeley, First Sounds utilizaram imagens de alta resolução e uma caneta virtual para recriar os sons.²²

No entanto, a fama da invenção da gravação do som é de Edison²³, o recordista em registro de patentes nos Estados Unidos. Antes de inventar e patentear o Fonógrafo²⁴ em 1878, Edison já sabia da existência do Fonoautógrafo francês, convivendo com equipamentos de telecomunicação da época – o telégrafo e o telefone – e realizou estudos sobre o sistema de comunicação elétrico experimentando melhoras para o telefone de Bell²⁵. O conhecimento prévio de Edison o ajudou a produzir o primeiro equipamento capaz de gravar e reproduzir o som.

Os equipamentos que ele [Edison] desenhava foram inspirados por seus telégrafos criados anteriormente que empregaram pontos e traços do código Morse em tiras de papel. Ele fez uma melhoria importante. Nas experiências anteriores ficou impressionado pela força do movimento das ondas de som no

²⁰ Fonoautógrafo (tradução nossa de *Phonautograph*) foi patenteado na França em 25 de março de 1857.

²¹ Como mídia para o registro do som do equipamento de Martinville foi utilizado papel coberto por uma densa camada de fuligem de fumaça de lâmpada a óleo.

²² The First Sounds Collaborative presented the earliest known recorded sound at the annual Association for Recorded Sound Collections conference in Palo Alto. The recording was a phonautogram created by Parisian inventor Edouard-Leon Scott de Martinville in 1860. Phonautograms were visual representations of sound waves, not meant to be replayed. Scott's device scratched sound waves onto a sheet of paper blackened with smoke from an oil lamp. With the help of scientists at the Lawrence Berkeley National Laboratory, First Sounds used high resolution scans and a virtual stylus to recreate the sounds.

²³ Thomas Alva Edison é um famoso inventor americano com autor de inúmeras patentes como a lâmpada elétrica incandescente, o cinescópio e o microfone a carvão para o telefone.

²⁴ O primeiro Fonógrafo (*phonograph*) foi um equipamento capaz de gravar e reproduzir mecanicamente os sons usando um cilindro de cera como suporte. Após anos de aperfeiçoamento o Fonógrafo teve seu padrão modificado para registrar sons em formato de disco.

²⁵ Alexander Graham Bell inventor americano responsável pelo s primeiros telégrafos e telefones.

diaphragma e indagou sobre a possibilidade de produzir marcas por força do som fazendo uso de uma agulha afixada no centro em seu centro. Numa noite de Julho de 1877, sua equipe montou uma agulha a conectando em um diafragma no qual estava preso ao altofalante do telefone. Conforme Edison gritou no altofalante a tira de papel revestida de parafina se vibrou em conjunto com a agulha. Uma observação da tira revelou as marcas irregulares geradas pelas ondas sonoras. Quando a tira foi recolocada abaixo da agulha, a equipe se espremeu em volta da mesa do laboratório e ouviu, com descrédito, resquícios dos gritos de Edison proferidos minutos atrás.²⁶ (MILLARD, 1995, p. 24, tradução nossa)

Meses depois, em novembro de 1877, Edison fez esboços de seu primeiro Fonógrafo que utilizava como mídia os cilindros revestidos de cera e em Dezembro do mesmo ano sua equipe produziu os primeiros aparelhos que ganharam rápida popularidade em demonstrações como feitas no escritório da *Scientific American*. Edison passou vários anos ajustando seu Fonógrafo com o objetivo de tornar comercialmente viável. Simultaneamente, vários inventores relacionados ao telefone conheceram a “máquina falante” e se engajaram na criação de suas próprias quando o alemão Berliner utilizou em 1888 o formato de disco²⁷ em vez do rolo cilíndrico para confeccionar um suporte de gravação dando origem ao Gramofone²⁸. Assim, utilizou-se também uma forma diferente de representação mecânica: enquanto Edison grafava as ondas do som perfurando transversalmente o cilindro para dentro e para fora Berliner utilizou um modelo que riscava lateralmente a cera do disco.

É interessante enfatizar que, a partir do invento de Berliner, o formato disco se tornou um padrão para registro de áudio permanecendo o principal ao longo dos anos. Vários diferentes formas de materiais – cera, metal, ou plástico (vinil, acrílico) – e diferentes formas de representação – mecânica, eletromagnética e ótica – foram utilizadas com o mesmo formato.

De acordo com Iazzetta (2009), no momento em que um novo equipamento é desenvolvido a partir de uma técnica inédita não tem função social, apenas histórica, e que

²⁶ The devices he drew were inspired by his earlier inventions of an automatic telegraphs that employed strips of treated paper marked with the dots and dashes of Morse code. He made one important addition. In previous experiments he had been struck by the force of the sound waves moving a diaphragm and wondered if a needle attached to the center of a diaphragm could be powered by sound to make a mark. One night, in July 1877, his staff rigged up an indenting stylus connected to a diaphragm, which in turn was attached to a telephone speaker. As Edison shouted into the speaker, a strip of paraffin-coated paper was run underneath the stylus. An examination of the strip showed the irregular marks made by the sound waves. When the strip was pulled back under the stylus, the group of men crowded around the laboratory table heard, with disbelief, the faint sounds of Edison's shouts of a few minutes previous.

²⁷ Pode-se dizer que aqui é iniciado o paradigma do formato “disco” que se sustenta até os dias de hoje como sinônimo de suporte padrão para armazenamento de áudio e posteriormente de informações em arquivos digitais. Exemplos: indústria do disco (no Brasil como sinônimo de indústria fonográfica), disco de vinil, LaserDisc, CD, MD, DVD, Blu-ray, disquete, disco rígido (HDD)

²⁸ Gramofone (do inglês) *Gramophone* é um equipamento capaz de gravar e reproduzir mecanicamente os sons usando um disco de cera como suporte.

esses novos produtos são dispostos em evidência pelo mercado justamente por ser uma novidade.

No momento de sua invenção, qualquer artefato tecnológico não tem ainda um uso ou uma história social mesmo que tenha sido produzido num contexto social. Quer dizer, a produção de tecnologia é bastante diferente de suas utilizações sociais subsequentes. (TAYLOR apud IAZZETTA, 2009, p. 153)

Esse pensamento se aplica ao invento do Fonógrafo no qual foi criado inicialmente para registro da fala, da comunicação e não do registro de música conforme explica Iazzetta (2009, p. 153, grifos do autor) “O próprio termo *fonografia* remete à escrita e não à utilização musical que consagraria o aparelho enquanto tecnologia.”

Diversas melhorias em suportes mecânicos de gravação do som esbarravam em duas limitações insolúveis: o atrito e a intensidade do som. O atrito, que é necessário no processo de cada gravação e reprodução, produz grande quantidade de efeitos indesejados como ruídos e deformações que corrompem o som a cada reprodução. A intensidade do som era limitada à velocidade da agulha com a mídia – cilindro ou disco – e com o tamanho e material da campana. Inevitavelmente o som reproduzido sempre era menos potente do que o som original gravado. A natureza da gravação também tornava impossível o processo de multiplicação em série, pois a mídia original rapidamente se desgastava conforme produzia cópias que cada vez se tornavam mais distorcidas, inviabilizando como produto massificado.

2.2 ERA ELÉTRICA

Nas décadas de 1910 e 1920 nos Estados Unidos houve uma grande popularização do rádio que, de acordo com Millard (1995) e Morton (2000), ficou conhecido nos Estados Unidos como “*radio boom*”. O equipamento de rádio se tornou mais comum nos lares dos norte americanos do que gravadores e reprodutores mecânicos de som. Os constantes avanços técnicos dos equipamentos mecânicos de som ocasionou um grande acréscimo em seu preço

de modo a ficarem menos acessíveis para a população como foi o caso da Victrola – o reproduutor mecânico de som de luxo da empresa de Johnson²⁹.

Até 1939, todos os Ediphones e Dictaphones utilizavam gravação "acústica" (essencialmente o mesmo processo utilizado nos fonógrafos originais de Edison de 1878), e mesmo depois das versões eletrônicas chegarem, antigas máquinas acústicas ainda eram muito utilizadas. Amplificadores eletrônicos valvulados surgiram em rádios. A eletrônica melhorou a qualidade do som de certa maneira, mas não fundamentalmente modificou a tecnologia de gravação do cilindro de cera, que foi melhorada até os limites físicos. (MORTON, 2000, p. 92, tradução nossa)³⁰

A amplificação do sinal elétrico por uso de válvulas viabilizou uma melhora no som do rádio. Com a amplificação foi possível enfatizar frequências de som de modo a tornar o som dos alto falantes mais atraentes que o som das campanas dos suportes mecânicos. A amplificação tornou mais satisfatória a audição da música na Era do Jazz do que nas gravações mecânicas mais simples. “Não era tão delicado e tão bem articulado como nas reproduções de um Diamond Disc³¹ de Edison, mas era alto suficiente para dança, e o volume estridente som adequado à música da Era do Jazz” (MILLARD, 1995, p. 139, tradução nossa)³².

Enquanto as possibilidades de melhorias na gravação mecânica se esgotavam, o som do rádio se tornava cada vez mais popular. A melhora nos transdutores utilizados tanto na telefonia quando no rádio revelou aos pesquisadores que a era da gravação mecânica estava alcançando seus limites e que era preciso desenvolver uma forma de utilizar o sinal elétrico para avançar com o registro do som da mesma forma que o som do rádio.

De acordo com Morton (2000), vários pesquisadores tentaram criar gravações com uso do sinal elétrico incluindo o próprio Edison que já havia melhorado a sensibilidade de microfones e realizou tentativas em 1877 de gravar fonogramas com uso de sinal elétrico em uma agulha eletromagnética, mas não conseguiu resultados tão bons quanto das gravações

²⁹ Eldridge R. Johnson foi fundador da Victor Talking Machine, empresa que produziu os primeiros equipamentos que reproduziam os discos Gramofone de Berliner. Com a grande depressão de 1929 foi fundida com a RCA dando origem à RCA Victor.

³⁰ Through 1939, all Ediphones and Dictaphones used "acoustic" recording (essentially the same process used in Edison's original phonograph of 1878), and even after electronic versions arrived, older acoustic machines were still widely in use. Electronic vacuum-tube amplifiers had appeared in radios. Electronics improved sound quality some what, but did not fundamentally change the technology of wax-cylinder recording, wich had been pushed to it's physical limits.

³¹ The Diamond Disc nome patentado por Edison para seu disco de luxo e concorrente direto da Victrola.

³² It was not as delicate and as well articulated as the reproduction of an Edison Diamond Disc, but it was loud enough to dance to, and its raucous volume suited the music of the Jazz Age.

mecânicas. Apenas em 1924 experiências realizadas reunindo pesquisadores da Western Electric com os estúdios da Victrola e Columbia culminaram na primeira gravação elétrica.

Os resultados da primeira gravação elétrica foram impressionantes: as gravações obtiveram um alcance muito maior de sons da música e a qualidade global do som foi beneficiada pelo maior controle sobre a intensidade de cada som. Embora fosse possível tocar um disco gravado eletricamente em uma máquina acústica, frequentemente soava mais alto e estridente quando comparado às gravações antigas. (MILLARD, 1995, p. 143, tradução nossa)³³

As gravações com suporte elétrico provocou uma melhora significativa em maior variação de dinâmica³⁴ e de textura³⁵. As novas gravações permitiam ouvir muito mais frequências graves tornando possível perceber o som dos baixos. O uso da amplificação elétrica possibilitava registrar sons com muito menor intensidade.

O primeiro equipamento criado para reproduzir os discos gravados eletricamente foi patenteado com o nome de Orthophonics pela Victor, em 1925. Apesar de ser produzido para discos gravados eletricamente, esse equipamento ainda não utilizava o sistema de amplificador e alto falantes e mantinha o antigo sistema mecânico de amplificação.

De acordo com Millard (1995), o desenvolvimento do sistema de reprodução eletronicamente amplificado aproveitou grande conhecimento já aplicado ao sistema de telefonia. “Gravações elétricas utilizaram muito do sistema básico do transmissor e receptor usado nos telefones, que funcionam como o microfone e o alto falante, juntamente com a novidade do poder da amplificação”³⁶ (p. 141-142, tradução nossa). O começo do desenvolvimento do sistema de gravação e reprodução do áudio mediada por microfones, amplificadores e alto falantes foi bastante experimentado no cinema que se tornou sonorizado e deu início a uma série de produções de filmes com música.

Após a Segunda Guerra Mundial, experimentos de uso de novos materiais em formatos de fitas e discos causou uma grande melhora na qualidade do som, principalmente no aumento do nível da dinâmica e da quantidade de faixa de frequências. Na busca por melhorias técnicas, diversos compostos químicos foram testados como materiais metálicos,

³³ The results of the first electrical recordings were impressive: the records captured a much wider range of the sound of music, and the overall sound quality benefitted from more control over the loudness of each sound. Although it was possible to play an electrically recorded disc on an acoustic machine, it often sounded too loud and strident when compared with the old records.

³⁴ Dinâmica (música) envolve como principais características: intensidade do som produzido (amplitude, *forte*, *piano*), quantidade de instrumentos que tocam simultaneamente (*solo*, *tutti*) e variação de volume sonoro em um dado intervalo de tempo (*crescendo*, *diminuendo*).

³⁵ Textura (música) principalmente no que se refere ao timbre dos instrumentos e a natureza do som emitido.

³⁶ Electrical recording owed a lot to the basic system of telephone transmitter and receiver, which acted like the microphone and loudspeaker, and the newfound power of amplification.

óxidos e plásticos para composição da fita. No formato de disco um composto derivado do plástico foi utilizado em sua confecção e isso viabilizou diminuir o tamanho e as distâncias entre cada sulco e assim maior tempo de gravação por área de disco. O disco de vinil e o microsulco causou um grande impacto no registro do som e rapidamente se tornou o padrão mais consumido para reprodução doméstica. Enquanto que nos estúdios a preferência foi por fitas magnéticas que possibilitavam gravar vários canais independentes de maneira simultânea. Dessa forma na década de 1960 os estúdios passaram a utilizar um novo modelo de produção musical com uso de “gravadores multi-pista”, os equipamentos da marca “apex” se tornaram comuns nos estúdios com esse sistema. As técnicas de gravação com uso desse equipamento possibilitou modificar significativamente a estética e a forma da música produzida como descreve Paiva (2006, p. 2).

[...] a partir dos anos sessenta, quando equipamentos e instrumentos se popularizaram pelo mundo todo, muitos deles desenvolvidos com essa finalidade específica. O gravador multipistas, largamente utilizado a partir da gravação de “Seargent Peper’s Lonely Hearts Club Band” (o antológico álbum dos Beatles), tornou-se um equipamento obrigatório em todos os grandes estúdios de gravação pelo mundo todo, assim como as mesas de mixagem e os processadores sonoros. Além disso, experimentos sonoros como os de Jimi Hendrix na guitarra elétrica ou os de Keith Emerson com os primeiros sintetizadores, movimentavam todos os cérebros criativos envolvidos com a música pop, de produtores a artistas, que procuravam criar novos sons e possibilidades. Esse cenário compreendia basicamente o eixo Inglaterra – EUA, onde se concentrava e se concentra até hoje a maior parte da indústria fonográfica mundial, e onde essas novidades tecnológicas são testadas e lançados no mercado.

Paiva (2006) descreve que a eletrônica foi aproveitada na música em dois casos distintos que contribuíram para novos modelos de produção musical: na criação de novos suportes de registro do som e no desenvolvimento de novos instrumentos musicais elétricos ou eletrônicos como o histórico Teremim e vários instrumentos atualmente populares como as guitarras e os sintetizadores. Os sintetizadores em específico foram bastante utilizados tanto para produção de música popular eletrônica quanto para a música eletroacústica. A grande quantidade de novos timbres e sons inusitados passou a ser empregada em diversas composições eletroacústicas e as sínteses sonoras que produziam sons aproximados aos sons de instrumentos convencionais se tornaram populares em diversos conjuntos musicais como de Jazz e de Rock de modo que apenas um instrumentista – o tecladista – era capaz de produzir sons diversos como conjunto de cordas ou metais de maneira conveniente a partir de um único instrumento controlado por botões e teclas. Alguns sintetizadores também eram

capazes de produzir sons de percussão que podiam ser programados para tocar como uma máquina de ritmos simples impulsionando o que ficou conhecido como *Dance Music* na “era Disco” principalmente a partir da década de 1970 que se popularizou em discotecas noturnas no qual a principal atividade estava fundamentada na dança espontânea e improvisada sem nenhum padrão estabelecido.

A partir dos anos 1970 o uso de fitas cassete também se popularizou e tornou a mídia mais acessível devido sua produção em massa, as lojas de varejo tinham a disposição equipamentos de som com um gravador de fita cassete embarcado de modo que era possível gravar um programa de rádio, copiar gravações de um vinil, de outra fita cassete ou de um microfone utilizando um equipamento doméstico. A fita cassete também é mais portátil que o vinil e pode ser reproduzida em movimento como dentro de automóveis e a partir de equipamentos como o Walkman criado pela Sony em 1979. A partir disso, iniciou-se uma cultura de audição portátil de música e simultaneamente a cultura da personalização das fitas cassete na qual as pessoas copiavam gravações a partir de diversas fontes e na ordem de sua escolha. A possibilidade de cópia o cassete também viabilizou tecnicamente a formação do primeiro mercado pirata de venda de música gravada, alguns grupos adquiriram equipamentos de duplicação de fitas cassete e passaram a produzir múltiplas cópias e vender com preços mais baixos sem autorização dos autores e sem pagamento de direitos autorais representando uma forma de comércio clandestino que concorreu com as vendas legais da indústria da música.

2.3 ERA DIGITAL

Da mesma forma como na era acústica e na era elétrica diversos níveis de desenvolvimento nas áreas de telecomunicações foram aproveitados na formação dos suportes de registro de música em formato digital, conforme esclarece Millard (1995, p. 346, tradução nossa).

Assim como nas precedentes eras acústica e elétrica, a era digital da registro do som era uma aplicação da tecnologia concebida para enviar mensagens telefônicas de faladas em meio elétrico. Transformando os sons da fala em sequência de números significava que mais palavras poderiam ser amontoadas em um único cabo e que o problema vazamento entre mensagens [*cross-talk*] foi

minimizado. Os códigos binários de fala digital também podem ser facilmente transmitidos.³⁷

A popularização da música em formato digital ocorreu com o CD. Desenvolvido no final da década de 1970 e que se popularizou nos Estados Unidos na década de 1980 e tardiamente no Brasil em meados da década de 1990. O mercado aos poucos substituiu seus produtos do disco de vinil de 33 rotações para o CD, mas como essas mídias eram incompatíveis entre si o mercado brasileiro por muito tempo disponibilizou suas produções musicais em andamento em vários formatos diferentes como fita cassete, disco de vinil e CD como estratégia para evitar a redução das vendas no período entre a década de 1980 e início de 1990 quando o país enfrentava uma forte instabilidade financeira e a venda dos novos reprodutores de CD não atingia o público em grandes proporções,

Uma das transições culturais significantes durante a década de 1980 envolveu a indústria da música popular e os consumidores de música gravada. A tecnologia e economia do CD redefiniu uma cultura estabelecida por longa data – a do vinil – e simultaneamente lançou as bases para uma nova subcultura dos colecionadores de vinil. (PLASKETES, 1989, p. 109, tradução nossa)³⁸

Para estimular a venda dos novos equipamentos de som domésticos com leitor de CD o mercado produziu propagandas para convencer o consumidor que o áudio do CD era melhor do que qualquer áudio em outras mídias analógicas. Além disso, indústria fonográfica também investiu nessa estratégia para vender novamente as gravações dos formatos anteriores agora no padrão de áudio digital. Dessa forma o mercado brasileiro aumentou seus lucros com a venda de produtos antigos em novos formatos, para isso apenas teve o trabalho de digitalizar seu acervo e enviá-lo para as fábricas de replicação – também chamadas de prensagem de discos. Rapidamente o mercado da venda de música gravada expandiu com a disponibilização das gravações anteriores no novo formato e impulsionou significativamente os lucros da indústria fonográfica no final da década de 1990.

³⁷ Like the acoustic and electrical eras that preceded it, the digital era of sound recording was an application of technology devised to send telephone messages of electric speech. Turning the sounds of speech into numbers meant that more words could be crammed into a single cable and that the problem of cross-talk between messages was minimized. The binary codes of digital speech could also be easily transmitted.

³⁸ One of the significant cultural transitions during the 1980s involved the popular music industry and the record buying audience. The technology and economics of the Compact Disc (CD) redefined a long established cultural product - the vinyl record - and simultaneously laid the foundation for a new subculture of vinyl collectors.

Observa-se que a mudança de suportes de fixação do áudio provoca um efeito técnico de obsolescência: a criação de um novo padrão técnico – tido como melhor e superior – promove o abandono do padrão anterior que tende a se tornar ultrapassado e antiquado. O efeito da obsolescência ocorre em decorrência de três principais fatores: esgotamento de recursos naturais, características técnicas inerentes dos processos de desenvolvimento ou por patrocínio estratégico das indústrias no intuito de incentivar o comércio. É possível identificar os dois últimos fatores no que concernem as transições dos suportes de registro do som na indústria da música: a melhora técnica do registro do som e o incentivo da indústria em promover a venda das gravações. Na era digital pós-CD, houve um esforço da indústria em padronizar os novos formatos para evitar mudanças consecutivas entre formatos incompatíveis, dessa forma os novos equipamentos que reproduzem DVD e Blu-ray mantiveram a capacidade de reproduzir as mídias antecessoras. A compatibilidade das novas mídias reflete diretamente na permanência da mídia CD que no Brasil ainda se mantém como o principal formato físico nas vendas de música gravada na atualidade.

Vale lembrar que na era digital, observa-se uma nova característica inédita em relação às duas eras anteriores: o efeito da desmaterialização. Enquanto na era acústica se tornou possível a materialização do primeiro produto – que contém o registro do som em um suporte físico exclusivo –, a era digital possibilitou a existência de um registro do som que não está vinculado a um suporte físico em específico. A partir do momento que o registro do som se torna um arquivo digital, ele se integra aos paradigmas da informática, assunto que não será aprofundado nesta pesquisa.

A existência de inúmeros suportes físicos para registro das informações digitais bem como a implantação de redes integradas para o tráfego de dados modifica a forma de armazenamento e de comércio de música gravada. O desenvolvimento de padrões de compactação de áudio ampliou a capacidade de armazenamento e tráfego de música principalmente como formato final para seu armazenamento e difusão.

Há uma constante evolutiva nas eras acústica e elétrica acerca do desenvolvimento no registro do som, resultando em melhoras progressivas de reprodução de um som gravado com cada vez mais aproximação do original. Porém, na era digital essa constante nem sempre é verdadeira, visto que houve alguns retrocessos em relação à qualidade do som como, por exemplo, na transição de formatos do disco de vinil para o CD. O CD – que se estabeleceu como o suporte popular pioneiro para comércio de música gravada em formato digital e substituiu a preferência do vinil no mercado – tem maiores limitações no registro do som que os discos de vinil feitos com excelentes maquinários. Da mesma forma, os arquivos

compactados de áudio com perdas – a exemplo do MP3 – são projetados para diminuir a quantidade de informações, o que significa sacrificar parcialmente alguns detalhes do som, ou seja, a maioria desses formatos registra o som de maneira menos detalhada que no CD.

Logo, inicialmente a transição para a era digital – com a popularização do CD em substituição ao vinil – e os primeiros formatos de arquivos digitais compactados – como o MP3 – proporcionaram de fato um retrocesso na questão da qualidade do registro do som. Porém, as mídias posteriores – como o DVD e Blu-ray – e os novos formatos de compactação de áudio sem perdas – como o FLAC – reestabeleceram os avanços na qualidade do registro do som. As melhorias técnicas dos novos suportes possibilitam registrar níveis de som teoricamente superiores à capacidade auditiva humana.

A transição do vinil para o CD obteve bastante sucesso com a comercialização dos novos aparelhos de som com reproduutor de CD e ao revender músicas já disponíveis nos formatos anteriores. Porém, já a transição para os arquivos digitais compactados não foi bem aceita pela indústria que conhecia as dificuldades técnicas em restringir a cópia livre e compartilhamento dos arquivos pela internet. Esse cenário de resistência por parte da indústria começou a ser alterado conforme crescia o sucesso de vendas do iPod, lançado em 2001, que se tornou o aparelho portátil pioneiro por popularizar a escuta de música em arquivos compactados.

3. DELIMITAÇÃO DO OBJETO

Há uma série de usos de terminologias na questão da indústria da música que passaram por diversas adaptações regidas por características mercadológicas. Por isso, neste capítulo há um mapeamento do campo da produção fonográfica no intuito de produzir distinção dentre os termos, funções e delimitar os diversos objetos da presente dissertação. De uma forma abstrata a indústria cultural pode ser entendida como uma das engrenagens de uma máquina maior e mais complexa: o sistema capitalista. A indústria da música funciona da como uma engrenagem que faz parte da indústria cultural³⁹. Por isso, indústria fonográfica não é exatamente o mesmo que indústria da música e sim parte dela. A primeira compreende especificamente a questão da produção musical dirigida para a produção de fonografia – a música gravada – que é o principal produto do mercado de música que é vendido na forma de algum suporte específico de áudio – e eventualmente vídeo – ou será vendido de forma incorporada noutros produtos da indústria do cinema e publicidade.

Além da música gravada, existem os espetáculos musicais, *shows* de música, concertos massificados que somente se tornam possíveis com o advento da amplificação sonora e a difusão por rádio, televisão e internet nos quais não pertencem diretamente ao campo da indústria fonográfica ao qual o presente trabalho está focado. Para isso, os espetáculos musicais estão considerados como parte integrante da indústria da música, porém externa da indústria fonográfica. Como foi dito anteriormente, os usos dos termos da indústria são afetados diretamente pela questão das mudanças no mercado que promovem variações nos usos dos termos conforme o período estudado.

Na figura 1 está representado um diagrama que expressa graficamente as subdivisões da indústria da música de acordo como proposto nesse trabalho. A moldura quadrada simboliza a indústria cultural no qual fazem parte a indústria da música e os meios de comunicação de massa estão representados sinteticamente.

³⁹ A origem do termo “indústria cultural” está discutida no capítulo 4 de acordo com os membros da Escola de Frankfurt: Theodor Adorno e Max Horkheimer.

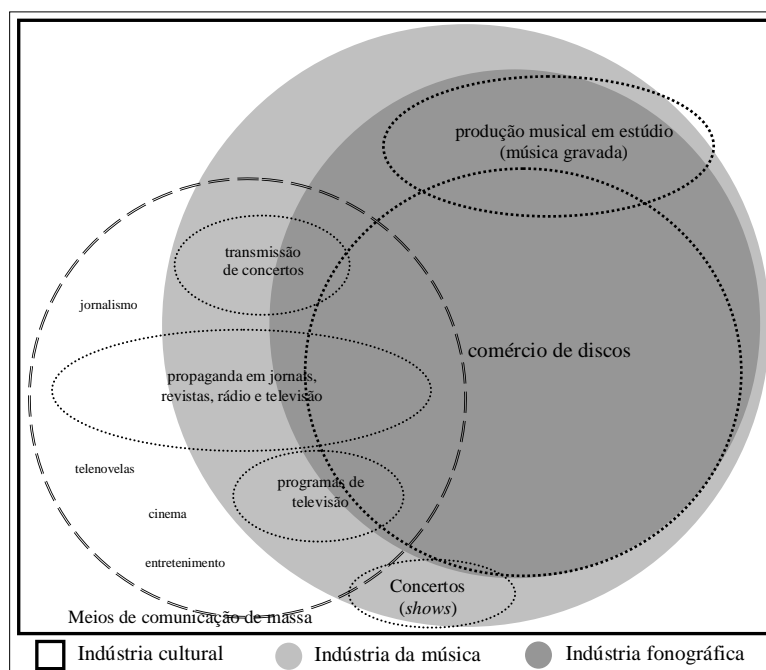


Figura 1 - Diagrama da indústria cultural

A indústria da música é representada com o círculo cinza claro e faz intersecção com o a os meios de comunicação de massa (círculo pontilhado). Dentro do círculo da indústria da música está o círculo cinza escuro que representa a indústria fonográfica. Exclusivamente no círculo da indústria fonográfica estão representados a produção em estúdio e o comércio de discos. Abrangendo os círculos da indústria da música e fonográfica, estão: (a) transmissão de concertos em rádios, (b) a propaganda em jornais, rádio e televisão e (c) a transmissão de programas de televisão. Os concertos e *shows* estão representados dentro do círculo da indústria da música, mas quase totalmente externo ao círculo da indústria fonográfica e representando um dos únicos elementos que pertence ao mesmo tempo às indústrias da música e fonográfica. Sabe-se do aproveitamento das situações de concertos e *shows* para prática de promoção e venda de música gravada, principalmente quando a produção está vinculada à divulgação de um trabalho gravado. Essa prática tem crescido gradualmente com a recente transição do mercado, cuja diminuição das vendas de gravações modificou o foco dos investimentos das empresas tradicionalmente fonográficas para outras atividades como concertos e *shows* que, por sua vez, adquiriram importância econômica equivalente à venda de música gravada. Existem diversas outras indústrias que atuam em conjunto com o segmento cultural que não estão representadas nesse discreto diagrama.

Tanto na indústria da música quanto na indústria fonográfica está presente o uso dos meios de comunicação de massa para divulgação. Não é o foco deste trabalho a realização de

abordagens específicas sobre os meios de comunicação de massa, mas se faz necessário entender que o rádio e a televisão, com destaque para aquele, têm grande poder de penetração nas massas devido seu baixo custo. Essa característica é importante ressaltar, pois no âmbito brasileiro, a modernização tardia da sociedade causou o atraso da implantação de critérios básicos para o acesso dos grandes conglomerados populacionais ao consumo de equipamentos de som e de discos. Dessa forma os meios de comunicação exerceram maior influência no comportamento do consumo de música no Brasil que em outros países desenvolvidos.

Desde finais dos anos 1980, o cenário da comunicação na América Latina é protagonizado pelas “novas tecnologias”. Vistas a partir dos países que desenvolvem e produzem essas novas tecnologias de comunicação via satélite, televisão a cabo, videotexto, teletexto etc., elas representam a nova etapa de um processo *contínuo* de aceleração da modernidade que agora estaria dando um salto qualitativo – desde a Revolução Industrial até a Revolução Eletrônica. (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 255, grifo do autor)

No contexto da indústria fonográfica existem relações com a indústria do cinema e a publicidade, as quais realizam encomendas de produções para filmes e comerciais em vídeo. Principalmente na indústria do cinema é feito uso da música sinfônica. Com isso existe um mercado para compositores e orquestras de música sinfônica que utilizam a infraestrutura da indústria fonográfica para sua produção e gravação. O resultado dessa produção é principalmente compor a trilha sonora do filme, mas pode haver também o interesse da indústria em produzir a prensagem de discos contendo apenas a trilha sonora, como uma forma de subproduto⁴⁰, que contempla o mercado fonográfico.

Ainda existem outros termos de uso corrente que não foram discriminados na figura 1, como indústria do disco, gravadora, mercado fonográfico e selo. Ao que parece, o termo “indústria do disco” – ou ainda “indústria discográfica”, menos comum no Brasil – é apenas uma variante de indústria fonográfica já que por muito tempo o formato físico do disco⁴¹ foi dominante como suporte de gravação de música. É interessante perceber que o formato disco é muito comum na área da informática, assim como na música, para armazenamento de informações mesmo nos dias atuais com a migração para armazenamento em *chip*. O termo “gravadora” se refere às companhias de gravação, ou seja, estúdios que realizam registro do

⁴⁰ O lançamento de subprodutos é prática comum das indústrias. É feito aproveitamento de um produto de sucesso para criação de diversos outros produtos de referência que pode abranger diversos outros segmentos industriais como o têxtil, gráfico, alimentício, automobilístico e diversos outros.

⁴¹ Exemplos de suportes de gravação em formato disco dominantes: discos de cera, discos de vinil, CD, DVD, SACD e Blu-ray.

som. No entanto, o uso corrente desse termo é mais abrangente que o de gravar propriamente dito sendo muitas vezes utilizado na inclusão de empresas que exercem atividades de outros setores como produção artística, assessoria jurídica, publicidade, *marketing*, prensagem de discos⁴², distribuição e logística para o mercado varejista. De acordo com Delmiro-Silva (2001, p. 1) o termo “mercado fonográfico”

compreende também a atuação da imprensa especializada, dos fabricantes e distribuidores de equipamentos, como instrumentos musicais, aparelhos de gravação e tecnologia de reprodução; dos contratos de comercialização, royalties e direitos autorais, além dos empresários particulares e os chamados "agenciadores de licenciamento"

A mesma multiplicidade de usos permeia o termo “selo” que surgiu apenas para designar o rótulo do disco, ou seja, a assinatura da marca registrada que representa a empresa produtora e distribuidora de discos. No entanto,

a partir dos anos 1980 os grandes selos não se concebiam como simples produtoras e distribuidoras de música, mas também como conglomerados globais de entretenimento integrado que incluem a televisão, o cinema, as redes de lojas de disco, as redes de concertos e mais recentemente a Internet, a difusão por cabo e a difusão por satélite. (YUDICE apud OCHÔA, 1999, p. 182, tradução nossa)⁴³

O fato é que não há um consenso exato no uso de algumas terminologias comuns no mercado musical como nos casos dos termos “gravadora” e “selo”. Dependendo do contexto ambos os termos representam o mesmo objeto como uma associação de empresas de diversos segmentos que atuam em diversas etapas do processo industrial de produção fonográfica.

3.1 A CADEIA DE PRODUÇÃO MUSICAL

No modelo industrial, a segmentação do trabalho em diversas etapas nas quais trabalham pessoas com funções especializadas é comum. Na indústria fonográfica existe uma

⁴² Prensagem de discos é o ato de utilizar uma mídia matriz (geralmente chamada de *master*) que servirá como molde para replicação em massa.

⁴³ A partir de los ochenta las grandes disqueras ya no se concebían como simples productoras y distribuidoras de música sino como conglomerados globales de entretenimiento integrado, que incluyen la televisión, el cine, las cadenas de disquerías, las redes de conciertos, y más recientemente a Internet, la cable difusión y la satelitedifusión.

distribuição mais ou menos comum que compõe uma cadeia de produção musical. O modelo nem sempre é rígido podendo, em alguns casos, ter funções flexíveis de acordo com o tipo de produção, orçamento e quantidade de pessoas envolvidas. De acordo com Bandeira (2005) a distribuição da cadeia se dá conforme ilustra a tabela 1.

Tabela 1 - A cadeia de produção musical

CADEIA DE CRIAÇÃO	CAMPO DA MEDIAÇÃO			CAMPO DA RECEPÇÃO E DO CONSUMO
compositores e letristas	Mediação técnica-administrativa-jurídica		Campo da difusão mediática	Público consumidor
arranjadores	engenheiros de som	distribuidores lojas	rádio cinema	
intérpretes	técnicos	fábricas de discos	televisão	reprodução
	estúdios		publicidade	
músicos	gravadoras	agentes	videoclipe	audição
produtores musicais	editoras musicais	empresários	divulgadores	
			espetáculos	

Fonte: Adaptado de Bandeira (2005)

De acordo com Bandeira (2005), a cadeia de produção musical está dividida em três grandes campos denominados: (a) cadeia de criação, (b) campo da mediação e (c) campo da recepção e do consumo. É interessante observar a configuração na qual a indústria fonográfica estabelece formando diversas mediações entre a criação musical propriamente dita e sua recepção. A cadeia de produção de Bandeira demonstra grande nível de especialização dos integrantes de diferentes áreas profissionais como técnica, administrativa, jurídica e comercial. O trabalho artístico (musical) é parte de um sistema de produção que desempenha apenas um fragmento da cadeia de produção musical de padrão industrial tradicional, tornando-se dependente de inúmeros processos de áreas externas à música para que o ouvinte possa ter acesso ao produto final.

As grandes gravadoras possuem uma estrutura altamente hierarquizada, verticalmente estabelecida. As companhias são configuradas em diversos setores, onde a departamentalização sugere a noção de *fordismo* sob o ponto de vista da cadeia de produção industrial de discos. Isto implica uma resignificação da própria ideia de produção musical, através de uma visão essencialmente empresarial da música, onde a noção de que a obra não passa de um produto a ser formatado, embalado, comunicado e comercializado é recorrente. (BANDEIRA, 2005, grifo do autor)

Assim como nas grandes fábricas de produção de automóveis, a cadeia de produção musical normalmente é mais segmentada em produções de grandes orçamentos que lhes permitem a contratação de diversos profissionais especializados em cada uma das funções. Ao contrário, em produções musicais de baixo orçamento é comum que a cadeia de produção seja menos segmentada de forma que um profissional normalmente desempenha a função de diversos setores da cadeia.

3.2 A ORDEM DE PRODUÇÃO MUSICAL

É observada que uma constante na ordem de produção musical para o mercado fonográfico que normalmente está dividida em três grandes etapas: (a) pré-produção, (b) produção e (c) pós-produção.

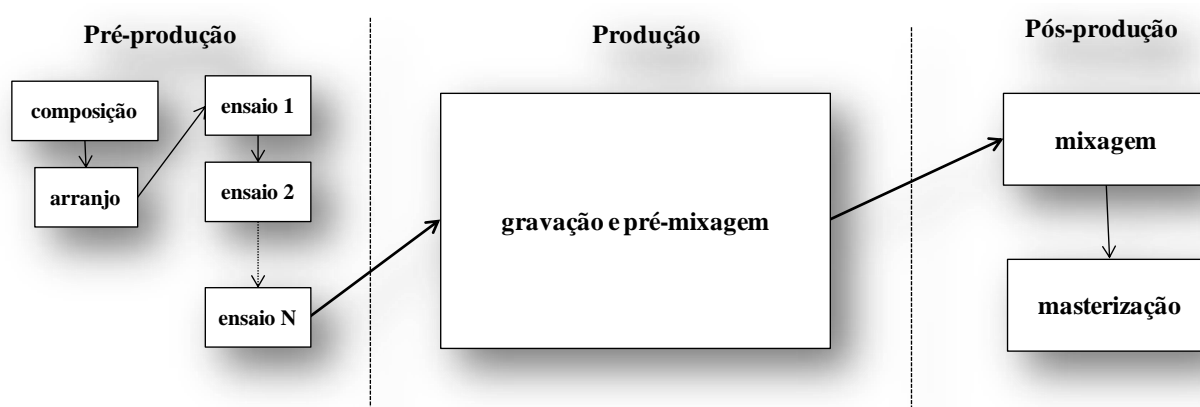


Figura 2 - A ordem tradicional de produção musical

A figura 2 esboça o que seria um modelo tradicional de ordem de produção musical, a partir da era elétrica, segmentado em três níveis. No nível da pré-produção estão os processos de composição, arranjo e ensaios com os músicos que irão gravar. No nível da produção ocorrem os processos técnicos da gravação em si e também pode ocorrer um subprocesso de pré-mixagem dependendo dos recursos existentes no estúdio⁴⁴. Na pós-produção estão os

⁴⁴ Estúdios com limitações de números de canais de gravação normalmente segmentam o processo de gravação em várias etapas, entre as etapas está o processo de mistura de alguns dos canais gravados para novamente disponibilizar canais de gravação.

estágios finais de mixagem e masterização. O último estágio produz a gravação mestre que será utilizada como molde a ser replicado nas fábricas de discos.

No século XXI os custos de produção técnico-musical reduziram drasticamente com o desenvolvimento do áudio digital e com a melhora na capacidade de processamento dos computadores e sua subsequente popularização. Nos dias de hoje com auxílio de um computador doméstico equipado com uma placa de áudio de nível profissional é possível realizar produções musicais com excelentes resultados técnicos. Por causa disso a ordem tradicional de produção musical pode ser afetada no qual o computador passa ser utilizado em praticamente todos os processos, desde a criação até seu acabamento final.

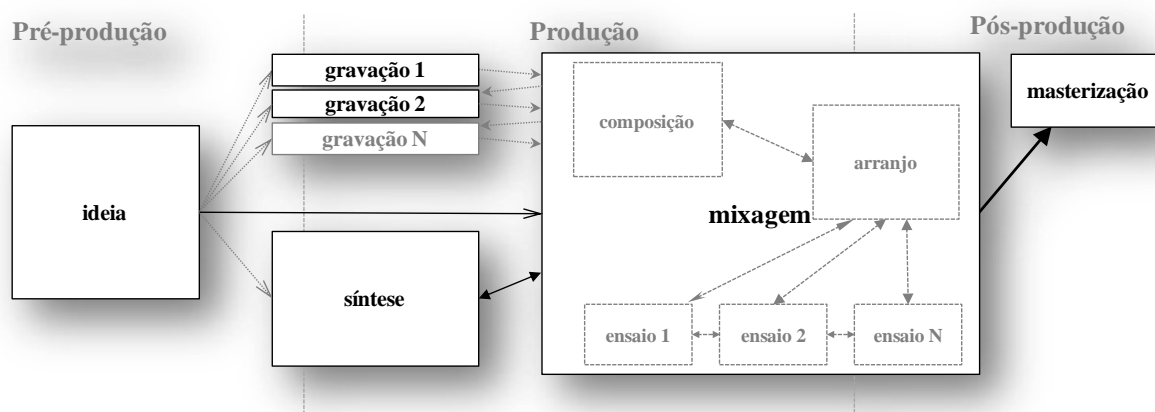


Figura 3 - Possibilidades da atual ordem de produção musical

A Figura 3 esboça as diversas possibilidades de ordem da atual produção musical. Comparativamente com o modelo tradicional fica evidente que não há mais divisões bem definidas entre as três grandes etapas de produção. Basicamente, com o aumento as possibilidades técnicas de produção, principalmente com o uso dos equipamentos digitais tanto para gravação (registro) quanto para produção (criação), a ordem se tornou mais dinâmica e interativa na qual os processos não mais necessariamente são ordenados de forma linear e contínua.

A ordem tradicional de produção de música gravada era definida basicamente pela mediação técnica, pois era preciso o uso de inúmeros equipamentos nos quais requeriam técnicos especializados para cada função, o que promoveu segmentação dos processos da produção musical em etapas bem definidas. A complexidade da mediação técnica demandava um grande orçamento para sua própria manutenção de forma a estabelecer hierarquias. A

ordem foi simplificada tecnicamente com a concentração dos diversos processos em um só equipamento: o computador.

Simultaneamente, o computador se torna cada vez mais um objeto potencial de uso como instrumento musical. As novas formas de ordem de produção musical ampliam as possibilidades para o “fazer musical”. No entanto, é importante clarificar que o processo tradicional de produção não está substituído, ou seja, não caiu em desuso, e continua a coexistir com as novas formas. Além dessas, diversas outras formas híbridas de produção são possíveis e configuram possibilidades ainda maiores de resultados musicais e formam novos gêneros que são constantemente experimentados por músicos e eventualmente explorados pela indústria fonográfica.

Muitas etapas da pré-produção se integram tecnicamente com a mixagem, que maior importância, abrangendo desde o processo de criação musical até seu acabamento ou finalização. A mixagem antes resumida a num processo de liquidação de informações, ou seja, diminuição por mistura dos canais de áudio, agora tem a capacidade de trabalhar com uma grande quantidade de informações simultâneas como áudio gravado e instruções para controle de processadores de sinal de áudio⁴⁵ para geração de sons sintéticos e para repetição em ciclos de amostras de sons gravados.

Em alguns gêneros musicais como na música eletrônica e música eletroacústica é comum que sua produção ocorra integralmente em programas de computador, nos quais o operador mistura os processos das três etapas num processo contínuo de experimentação. Nesse exemplo a criação musical ocorre simultaneamente com sua produção e sua escuta. Essa característica é muito similar da forma de composição mais tradicionais acompanhadas do instrumento musical – como peças para instrumento solo – na qual o compositor o utiliza no progresso de sua criação funcionando para selecionar os sons pela escuta ou para verificar as limitações técnicas de seu uso, o computador – seus programas e suas instruções – adquire cada vez mais características de uso como de um instrumento musical que produz sons autênticos. Além de imitar sons dos outros instrumentos (síntese) e manipular seus sons (arquivos de áudio) o computador se estende para o uso da criação musical com mecanismos e técnicas próprias da mesma forma como qualquer instrumento.

⁴⁵ Os processadores de sinal de áudio são operações analógicas (natureza elétrica) ou digitais (natureza matemática) que produzem algum tipo de modificação no sinal de áudio de acordo com sua técnica tais como filtros de áudio (equalizadores), processadores de dinâmica (compressores), e efeitos de áudio (reverberadores).

O laptop computer, o computador apoiado sobre as coxas, é estúdio, ferramenta de composição, gerador sonoro, instrumento musical, arquivo de músicas e aparelho de som, tudo isso ao mesmo tempo, tudo isso sobre as coxas, e controlado por um teclado mais rudimentar do que qualquer músico tenha tocado em tempos anteriores. (IAZZETTA, 2009, p. 194, grifo do autor)

O uso do computador na produção musical nos primórdios, nas décadas de 1960 e 1970, estava basicamente limitado à produção de *bips* e *blops*⁴⁶ – sons sintéticos, ligeiros e monofônicos que demandam inúmeras horas de inserção de códigos em alguma linguagem de baixo nível⁴⁷. As extensões desenvolvidas para computador – especialmente placas de áudio – proporcionaram seu uso como instrumento de produção musical em todos os segmentos de mercado e não mais limitado como um aparelho de luteria composicional experimental.

3.3 ALGUNS EFEITOS DA LIMITAÇÃO TÉCNICA

Os equipamentos atuais para registro do som nos dão a possibilidade de registrar o som com riqueza de detalhes que pode ser muitas vezes superior à capacidade do ouvido humano, porém isso nem sempre foi assim. Nas primeiras eras de registro do som, as limitações técnicas das gravações geravam resultados distintos de acordo com cada natureza de gravação. No início não havia um sistema de retorno de investimento satisfatório o desenvolvimento da eletrônica aplicada ao áudio de forma que a maior parte das gravações foi condicionada empiricamente. Por motivos da natureza técnica da gravação alguns instrumentos musicais eram melhores representados do que outros, de modo que os estúdios de gravação preferiam gravar as músicas arranjadas para os instrumentos musicais cujo resultado era melhor. Simultaneamente, músicos se especializaram em produzir arranjos das músicas para alcançar melhor resultado na gravação: eles se tornaram os primeiros **arranjadores de estúdio**. A partir disso é possível identificar que a indústria fonográfica ditou uma convenção estética das músicas gravadas devido à limitação técnica dos recursos.

A limitação técnica dos primeiros suportes de gravação ocasionava resultados muito distintos em razão do tipo de fonte sonora registrada. A gravação de alguns instrumentos musicais soava melhor do que outros devido a suas naturezas de produção sonora. Na era

⁴⁶ *Bips* e *blops* (onomatopeia) referência aos sons criados por computadores.

⁴⁷ Código em linguagem em nível (computação) forma de inserção de instruções ao computador. O nível (alto e baixo) confere uma caracterização conforme a natureza dessas instruções: os códigos de baixo nível são instruções mais próximas à linguagem de máquina e os de alto nível são instruções mais próximas à linguagem humana. O uso de códigos em linguagem de baixo nível permite maior plenitude nas instruções aos computadores, porém exige um conhecimento técnico muito detalhado.

mecânica a gravação não era possível registrar grandes variações de dinâmica e nem grande quantidade de frequências. Instrumentos de percussão – como o piano – produziam resultados quase sempre precários em comparação com os instrumentos da família dos metais – como o trompete – no qual se conseguia resultados muito mais satisfatórios. O mesmo ocorria com o canto, algumas famílias de vozes – como a dos baixos e das sopranos – proporcionavam resultados muito inferiores do que vozes intermediárias – como dos tenores e contraltos. Devido a isso, as vozes dos cantores que se tornaram de alguma forma famosos no início das gravações como Caruso, Carlos Galhardo, Lamartine Babo, Francisco Alves e – mais recentemente – Nelson Gonçalves são todas marcadas pelo mesmo estilo oriundo do canto operístico que produz grande intensidade sonora.⁴⁸ Logo, a produção inicial de gravações sonoras quase sempre tinham estéticas similares: quase sempre mesmas características de canto, formações instrumentais muito similares e quase nenhuma variação dinâmica. Aos poucos, o desenvolvimento de novos equipamentos de gravação viabilizou um melhor resultado nos instrumentos antes evitados, porém, mesmo assim, o padrão de produção musical ficou estigmatizado com os paradigmas iniciais de produção limitada de modo que precisou de algum tempo para se adaptar às novas possibilidades de produção especializada em estúdio.

O desenvolvimento da amplificação do som na era elétrica abrandou bastante as severas limitações técnicas na era anterior. A amplificação elétrica do som foi uma das melhorias técnicas que possibilitaram ferramentas para correção das deficiências nas gravações. Fora do estúdio a amplificação promoveu a existência de concertos para grandes públicos como o *Woodstock* e o *Rock in Rio*. Além disso, a amplificação sonora causou algum impacto da estética musical. Provavelmente não seria possível o sucesso das músicas de João Gilberto, que é conhecido como um dos inventores da Bossa Nova, sem a existência da amplificação sonora. A formação violão e voz que produz tímidos acordes acompanhados pelo canto intimista, praticamente falado, baixinho de forma a não incomodar o vizinho, produz uma forma de música com dinâmica de pequena intensidade. O que seriam dos *shows* de João Gilberto sem os equipamentos eletrônicos de amplificação sonora? Mesmo nos estúdios com os melhores equipamentos da era acústica definitivamente não seria possível obter uma gravação satisfatória com as características de músicas de sonoridades sutis.

⁴⁸ Observa-se que numa era anterior a existência de sistemas de amplificação a necessidade de técnicas que proporcionem maior projeção vocal era uma necessidade básica para qualquer palestrante. Dessa maneira quase todas as técnicas de canto estavam comprometidas com a intensidade do som produzido, portanto a preferência por esses cantores não necessariamente foi formada apenas pelas dificuldades técnicas dos primeiros suportes de gravação.

Além das limitações de frequências e de dinâmica, as primeiras mídias de registro de som tinham severas limitações de tempo de gravação. Por causa disso a produção musical se especializou na criação de músicas de curta duração com pouco mais de dois minutos para literalmente caber nos suportes. Os suportes de registro gradualmente ampliaram seu tempo de gravação de forma que atualmente existem equipamentos capazes de registrar som continuamente por várias e várias horas. No entanto ainda existe um paradigma de produção musical que de certa forma convencionou a criação de música limitada em poucos minutos. É notável que a quase todas as músicas que compõem as tabelas das mais vendidas raramente ultrapassam o limite de cinco minutos.

É comum que produções musicais extensas tenham uma versão específica para rádios com duração menor, de modo que fica evidente a preferência das rádios comerciais em transmitir músicas de curta duração. No entanto, sem uma pesquisa aprofundada sobre o tema, não é possível afirmar categoricamente que as rádios comerciais influenciam diretamente na padronização do mercado.

Em 1987, a gravação de *The Great Pretender* por Freddie Mercury, que obteve grande sucesso de vendas nos Estados foi lançada na forma de dois discos *singles* de vinil em tamanhos de 18 e 30 centímetros de diâmetro contendo gravações da mesma música em diferentes durações respectivamente de 3 minutos e 26 segundos e 5 minutos e 55 segundos sendo que a segunda foi denominada *extended version*⁴⁹. A criação desses dois produtos de diferentes durações utiliza como fonte a mesma gravação, porém durante a pós-produção foi decidido pela realização de duas versões da mesma canção. Esse é um exemplo típico de exploração do recurso técnico da edição do material gravado para lançamento de dois produtos distintos no mercado, sendo que o mais curto possivelmente é preparado em virtude das exigências do mercado de radiodifusão. No mercado brasileiro também são poucas as gravações de música com duração superior a cinco minutos que alcançaram sucesso comercial pertencendo ao ranque das mais executadas como o caso da canção-história *Faroeste Caboclo* do grupo Legião Urbana. Uma das possíveis justificativas da padronização de músicas de curta duração está relacionada à lógica do sistema de intervalos comerciais – que consiste na principal fonte de receita – das rádios comerciais: quanto menor a duração das músicas transmitidas mais intervalos estão disponíveis para a rádio anunciar os comerciais. Existem outras possíveis origens da padronização de músicas em curta duração entre as gravações mais consumidas: maior facilidade de produção e capacidade cognitiva humana. As

⁴⁹ *Extended version* (inglês): versão estendida

produções de músicas curta duração literalmente necessitarem de menor tempo de produção e, dessa forma, é possível produzir maior quantidade de fatores – ou seja, mais títulos de músicas. Comparativamente às produções de maior duração a produção de músicas de curta duração demanda um custo menor. A maior quantidade de fatores com menores custos de produção é uma característica comum de todas as indústrias para alcançar maior lucro por produto. Além das características comerciais que convencionaram a produção de curta duração está a habilidade de memorização do cérebro humano que por sua vez também pode ser treinado para assimilar períodos musicais de maior ou menor duração desde que recebam o estímulo adequado. E, por fim, é possível compreender que existe então uma cultura no mercado fonográfico caracterizada por produzir e lançar majoritariamente músicas de curta duração.

3.4 NOVOS INSTRUMENTOS DE PRODUÇÃO MUSICAL NA ERA DA ELETRÔNICA

Conforme parcialmente descrito no capítulo 2, A melhora técnica dos equipamentos de áudio que serviram ao aumento dos lucros da indústria fonográfica também promoveu o investimento da indústria no desenvolvimento da engenharia eletrônica aplicada ao áudio. Simultaneamente aos inventos eletrônicos os novos equipamentos foram manipulados de maneira criativa por técnicos e compositores de modo a extrair novas possibilidades de manipulação do som na forma de áudio podendo até considerar alguns maquinários eletrônicos como instrumentos musicais.⁵⁰

Simultaneamente no início do desenvolvimento da eletrônica do áudio houve experiências em utilizar o conhecimento da eletrônica para produzir e manipular sons artificialmente com o propósito para a criação sonora e não para a correção de artefatos resultantes na natureza do áudio. Como uma espécie de luteria eletrônica, foram criados aparelhos e instrumentos eletrônicos que aos poucos foram incorporados na produção musical. Como exemplos de equipamentos eletrônicos utilizados como recursos que interferem diretamente na estética musical em estúdio: gravador multipistas, *sampler* e sintetizadores. Também, com o uso da eletrônica, instrumentos musicais existentes foram modificados com intervenções elétricas inicialmente realizadas para permitir maior propagação sonora (amplificação) e que acabaram por constituir um novo instrumento como a guitarra elétrica e o contrabaixo elétrico. Além desses instrumentos, usos inovadores e

⁵⁰ Outro exemplo popular do uso de criativo de equipamentos eletrônicos é feito pelos *DJs* com os toca-discos.

experimentais da eletrônica produziram instrumentos musicais tipicamente eletrônicos como o teremim, o órgão elétrico, o piano de som sintetizado e os *softwares* de produção musical.

3.5 TOCAR MÚSICA E DISCO

A confusão entre **música gravada** e **música propriamente dita** pode ser ilustrada ao exemplificar na forma de como se utiliza a música gravada conjugando principalmente o verbo “tocar”. A expressão tocar diz respeito a uma ação humana de contato físico, principalmente manual, em um objeto ou pessoa. Na música se diz tocar um instrumento no gesto de tanger ou friccionar as cordas com dos dedos, de abaixar as teclas, de percutir uma superfície ou qualquer gesto manual com contato que resulte em sons. Em todos os casos na música tocar denota uma ação. Na música gravada o termo tocar é muito utilizado como em: “tocarei uma peça sinfônica de Brahms”. É claro que, na impossibilidade técnica de apenas um homem tocar por completo uma peça sinfônica, se faz aqui a omissão de “um disco de” ou “uma gravação de” logo após o verbo⁵¹. Nesse caso já não é possível aplicar a questão da ação do tocar em música que não seja apenas a ação de colocar o disco no aparelho de som e operá-lo para que inicie a audição da gravação. A aparente confusão do uso do verbo tocar para música gravada pode se relacionar com uma estratégia de mercado intencional e dirigida para aproximar o ouvinte-consumidor de música de um músico-performer, conforme clarifica Iazzetta (2009, p. 33):

Deve-se considerar a expressão tão familiar “tocar um disco”. O uso do verbo “tocar” tem uma função específica nesse contexto que pode passar despercebida nos dias de hoje. A escolha desse verbo faz parte de uma estratégia de marketing usada ao início da indústria fonográfica para convencer os consumidores de música. Não foi certamente uma escolha neutra. Se para um ouvinte do final do século XIX a relação com a música estava fortemente atada à ideia de ação, de fazer música, ou ao menos de presenciar sua realização, a situação de escutá-la em frente a uma caixa mágica disposta numa sala de estar, e sobre a qual girava um cilindro ou um disco, introduzia uma situação de estranhamento na experiência musical.

Dessa forma fica evidente que a indústria fonográfica utiliza artifícios de persuasão por meio de um *marketing* progressista quando “instrui” o consumidor que os novos equipamentos de reprodução do som garantem supostas habilidades ao ouvinte até então

⁵¹ “tocarei um disco de uma peça sinfônica de Brahms” e “tocarei uma gravação de uma peça sinfônica de Brahms”.

restritas à parcela da população de músicos – não importa se amadores ou profissionais – que literalmente tocam música, ou seja, tocam um instrumento musical, produzem música.

3.6 MÚSICA PARA MICROFONE E ALTO FALANTE

A *performance* artística na era da reprodutibilidade técnica altera o cenário de atuação do artista que passa a se apresentar cada vez menos para um público sendo mediado por uma aparelhagem. Torna-se cada vez mais frequente a mediação técnica entre o artista e seu público formando uma comunicação indireta. Em alguns casos o artista perde totalmente o contato com seu público se tornando um *performer* de estúdio como no exemplo das transmissões de apresentações musicais em rádio, televisão e na produção musical em estúdios de gravação. Há uma relação direta dessa mediação tecnicista com o avanço das telecomunicações.

A difusão da fonografia serviu para ampliar ainda mais a separação entre a atividade do público, formado por ouvintes com exigências e competências variadas, e a dos músicos profissionais. [...] Ouvintes, amadores e músicos passam a conviver isoladamente em grupos com interesses e conhecimentos específicos. [...] Existe, portanto, um distanciamento entre grupos (músicos profissionais, semiprofissionais, amadores, ouvintes), mas também entre os indivíduos pertencentes a cada um desses grupos. (IAZZETTA, 2009, p. 111)

A mediação tecnicista promove ao menos um efeito: o artista perde a interação com seu público durante sua *performance* e acaba tendo que se adaptar em interagir com objetos sem vida e reação como microfones e câmeras de televisão. Um fenômeno similar é observado no cinema na qual também ocorre a migração do palco para um estúdio. O ator aprende a trabalhar em função de câmeras de cinema e o músico se acostuma a tocar para microfones muitas vezes sem a presença de um público. A invenção da produção musical confinada em estúdio produz certo distanciamento e quebra parte da sociabilização: entre o artista se e seu público.

Dessa forma, ao invés fazer música para um grupo de ouvintes, o músico se acostuma a fazer música para microfones e alto falantes. É claro que a intenção não se fundamenta em tocar para equipamentos, esses são apenas um meio técnico para produção fonográfica. O músico compreende que a gravação posteriormente será disponibilizada de alguma forma, seja em formato físico ou virtual, comercial ou gratuita, para que as pessoas possam ouvi-la.

No caso de transmissões de rádio e televisão na qual a situação se repete; Porém, para esse fim, muitas redes de rádio e televisão geralmente selecionam estúdios maiores com espaço reservado ao público configurando uma situação semelhante a dos palcos de teatros, atenuando a frieza da *performance* dirigida apenas ao microfone e à câmera.

4 A INDÚSTRIA CULTURAL

Origem da indústria cultural está quase sempre relacionada ao processo iniciado nos Estados Unidos de criação de produtos culturais a partir da invenção dos suportes técnicos que viabilizaram a materialização da cultura (algo abstrato e intangível) em alguma forma concreta, material e possível de ser comercializada com valor de troca e valor de uso. Portanto, de acordo com Acosta (1982, p. 50-51, tradução nossa)

a comercialização de todo produto musical, seja popular ou culto, é um fenômeno que se inicia nos Estados Unidos no primeiro quarto do século [XX] e adquiriu proporções incomuns com o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa. Se as editoras de música impressos representaram duvidosa honra ao iniciar esta corrente do mercantilismo, apenas o disco foi gravado chegou a predominância absoluta do comercial sobre o artístico na produção musical.⁵²

De fato, como visto no capítulo 2, “O registro do som”, grande parte do desenvolvimento dos equipamentos de gravação do som ocorreram em território norte-americano, da mesma forma o mercado de música gravada. Duarte (2003) explica que, no ano de 1990 – considerado pelo autor como o marco para início do processo de globalização –, além da música gravada, vários produtos culturais industrializados norte-americanos atingiram consumidores de diversos países.

Algo que salta à vista também é o predomínio do mercado norte-americano sobre todos os demais, não apenas como centro produtor e irradiador dos conteúdos consumidos no mundo afora, mas também como principal mercado consumidor de produtos culturais industrializados. No que concerne ao primeiro ponto, há dados sobre o comércio de mercadorias culturais entre os EUA e a Europa: encontra-se, aqui, um enorme desequilíbrio, pois 30% do tempo de transmissão com produtos importados dos EUA. Enquanto isso, 90% de todos os programas de televisão produzidos na Europa jamais deixaram o seu país de origem, i.e., tiveram e têm consumo apenas local. (DUARTE, 2003, p. 159-160)

Partindo da ideia de que o produto é sinônimo de bem material e o serviço é uma atividade intangível, imaterial, é possível considerar que a música na era pré-industrial estava

⁵² La comercialización de todo producto musical, sea popular o culto, es un fenómeno que se inicia en los Estados Unidos en el primer cuarto de siglo y adquiere inusitadas proporciones con el desarrollo de los medios masivos de difusión. Si a las casas editoras de música impresa correspondió el dudoso honor de iniciar esta corriente de comercialismo, sólo con la era del disco grabado pudo llegarse al predominio absoluto de lo mercantil sobre lo artístico en la producción musical.

limitada à prática de serviço na qual músicos eram contratados para a atividade de instrumentista. A partitura pode ser considerada como o primeiro produto de música ainda na era pré-industrial. A encomenda da partitura – da composição musical dirigida a algum fim específico – feita ao compositor como um serviço. Assim como, quem encomendou a partitura necessita de instrumentistas que a leiam e produzam música tocada, ou seja, ainda se faz necessária contratação de outro serviço de *performance* musical, de modo que não há como apreciar a música da partitura sem um intermediador.

Conforme Acosta (1982) poderia se considerar a partitura como um bem de consumo de massa a partir da sua reprodução em larga escala consumida por uma sociedade idealizada com formação técnica de educação musical capacitando sua maioria para ler e interpretar música. Porém, as sociedades de massa não têm formação musical para isso de forma que o primeiro produto de consumo de massa na música foi a música gravada.

Dessa forma, é comum que nas sociedades industriais identifiquem na música gravada as mesmas características de um produto. A música gravada como um produto massificado integra o sistema capitalista e constitui o que de fato consideramos como indústria da música. Os suportes de gravação, as rádios, televisão, internet e outras mídias divulgam de forma massificada o produto cultural com o objetivo de universalizar o comportamento do consumo. Assim, a indústria da música integra algo maior chamado indústria cultural.

Não se poderia, de todo modo, falar em indústria cultural num período anterior ao da Revolução Industrial, no século XVIII. Mas embora esta Revolução seja uma condição básica para a existência daquela indústria e daquela cultura, ela não é ainda a condição suficiente. É necessário acrescentar a esse quadro a existência de uma economia de mercado, isto é, de uma economia baseada no consumo de bens; é necessário, enfim, a ocorrência de uma sociedade de consumo, só verificada no século XIX em sua segunda metade. (COELHO, 1993, p. 2)

Parece evidente que a gravação de música foi essencial para possibilitar a comercialização de música e incluir a música como objeto de consumo de acordo com a nova economia de mercado que surgiu nas sociedades industriais. A partir da indústria fonográfica foi possível considerar a música como parte da cultura de massa.

De acordo com Martín-Barbeiro (2009), a origem da cultura de massa está relacionada a uma cultura de classe, sendo que

massa designa, no movimento da mudança, o modo como as classes populares vivem as novas condições de existência, tanto no que elas têm de opressão quanto no

que as novas relações contêm de demanda e aspirações de democratização social. E de massa será a chamada cultura popular. (MARTÍN-BARBEIRO, 2009, p. 174, grifos do autor)

Nesse caso, a indústria cultural utiliza da cultura popular como matéria-prima para a criação da cultura de massa. Apoiado na concepção de Martín Barbeiro é possível conceber que a música gravada não requer conhecimento prévio para ser consumida. Assim como ocorreu com outras artes, a exemplo do teatro e a telenovela, a pintura e a fotografia; a música gravada é uma forma simplificada e possível de massificação da música que, para tanto, necessita apenas da existência de uma economia de mercado baseada no consumo de bens de produtos. O consumo da música gravada ganha um caráter superficial quase restrito apenas ao valor de troca e não depende do entendimento de seu ouvinte.

A indústria cultural faz da cultura – até mesmo objetos de arte – mercadorias mais acessíveis⁵³, um produto cultural no qual é possível comercialização em grande escala. De acordo com Acosta (1982) o capitalismo agrega quaisquer manifestações de cultura – um bem intangível e imaterial – utilizando meios técnicos para transformá-lo em produto concreto possível de ser comercializado. “Assim, o capitalismo, que nas palavras de Karl Marx, converte em mercadoria até “os ossos dos santos”, chegaria neste século [XX] para devastar algo aparentemente tão imaterial como a música.” (ACOSTA, 1982, p. 50, tradução nossa)⁵⁴

Uma ressalva quanto ao termo “indústria cultural” que apareceu pela primeira vez em 1941 no texto “Arte nova e cultura de massas” (HORKHEIMER, 1941), no qual, de acordo com Aguiar (2008, p. 27), se credita como o primeiro texto do autor sobre Arte. No entanto, o conceito de indústria cultural ficou conhecido por causa do livro “Dialética do esclarecimento” (1997) lançado três anos depois⁵⁵ na autoria conjunta de Theodor Adorno com Max Horkheimer.

No que diz respeito à indústria cultural, a principal questão a ser tratada para esse trabalho é o dualismo entre música como arte e música como produto. Para isso se faz indispensável compreender os pensamentos destes teóricos pertencentes à Escola de Frankfurt

⁵³ É certo que antes da invenção de maquinários capazes de reproduzir mecanicamente os objetos de arte já existia o comércio de produtos de arte, porém estava restrito às classes mais abastadas que podiam pagar pelo trabalho original do artista. Os maquinários da indústria cultural permitiram a cópia e o barateamento dos produtos e essas cópias possibilitaram maior acesso à cultura e à arte.

⁵⁴ De este modo el capitalismo, que según frase de Carlos Marx convierte en mercancía hasta «los huesos de los santos», llegaría en este siglo al saqueo de algo aparentemente tan inmaterial como la música.

⁵⁵ A data de publicação da edição traduzida para o português usada nesse trabalho é de 1996, no entanto, de acordo com Duarte (2003), a primeira versão da *Dialektik der Aufklärung* (ADORNO, HORKHEIMER, original em alemão) data de 1944.

ao menos em dois aspectos: (a) é preciso ter ciência de que o contexto histórico do surgimento do termo “indústria cultural” difere significativamente com o da atualidade, tornando necessário ter cautela na interpretação das ideias e no uso dos termos que, ao longo dos anos, tem sua aplicação adaptada devido às mudanças ocorridas principalmente nas sociedades, nos meios de comunicação e na própria economia de mercado baseada em consumo de bens que, na época de Adorno, ainda estava em processo de consolidação; (b) ao que parece, o dualismo tem sua origem filosófica desde a antiguidade na qual a desigualdade entre os homens era aceita na crença de que alguns eram predestinados para trabalhar enquanto outros desfrutavam do ócio.

O dualismo entre ócio e trabalho nem sempre é interpretado da mesma forma em diferentes períodos históricos. Na Grécia Antiga, o ócio era interpretado como ideal de vida.

No grego skolé (ócio) opõe-se a askolé, que tem a conotação de servidão. Curiosamente, do termo skolé deriva a palavra escola. Skolé era o desenvolvimento dos valores supremos da cultura grega, que permitiam a contemplação da sabedoria [...] Tinham tempo para isso aqueles que, com o trabalho dos escravos, possuíam a riqueza material possibilitadora de um tempo para o ócio. E esse tempo livre era, justamente, o oposto do tempo para não fazer nada. Era o tempo do saber não utilitário [...] O ócio é um ideal de vida, portanto, um fim; ao passo que o trabalho, que o possibilita, é um meio (WAICHMAN apud HIKIJI, 2006, p. 155-156).

Essa acepção se manteve em diversos períodos históricos⁵⁶, embora os ideais iluministas que basicamente pregavam a liberdade e a igualdade⁵⁷ desde o século XVIII provocaram diversas revoluções sociais, políticas e econômicas nas sociedades ocidentais, como apresenta Duarte (2003, p. 20).

Ao contrário da Antiguidade, em que os próprios filósofos proclamavam a essencial desigualdade entre os homens e a perenidade do fato de que alguns nasceram para a labuta e outros para o usufruto dos valores supremos, a Idade Moderna surge sob a égide de uma potencial igualdade completa entre os homens: não há mais nada que, substancialidade, determine o fato de que alguns devam apenas trabalhar e outros possam também (ou somente) se deleitar. Como, na prática, o advento do capitalismo, em parte, aprofundou ainda mais as desigualdades existentes, a cultura – elevada, desde o Renascimento, à sua máxima potência criativa – passa a desempenhar um papel crucial na sinalização

⁵⁶ Alguns exemplos identificados: no feudalismo o clero e os servos, na monarquia a nobreza e a plebe e no capitalismo o burguês e o proletariado.

⁵⁷ O principal documento que representa tais ideais é a “Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão” (FRANÇA, 1789).

de que, em princípio, todos, podem usufruir os valores supremos, entre os quais a beleza se enquadra perfeitamente.

Uma análise dura sobre os dois aspectos expostos pode apresentar uma ideia contraditória no fato de que a primeira (a) adverte para a mudança do uso do termo em diferentes contextos, e a segunda (b) apresenta um paradigma que perdura ao longo de muitos anos e em diferentes períodos históricos de forma verdadeira. No entanto, apesar de aparentar incoerência, ambos os aspectos são interessantes em cada sentido próprio. O pensamento dualista no qual faz uso Adorno tem fundamentos mais universais e que, mesmo assim, não se pode entender absolutamente tudo no que diz respeito à “indústria cultural” com um viés dividido essencialmente em dois princípios básicos e antagônicos.

A ideia de que música é uma manifestação humana artística é aceita e difundida desde os primeiros escritos sobre a história. Não interessa aqui adentrar na discussão insolúvel sobre o que é arte e sua grande variação de conceitos ao longo dos tempos, mas de acordo com os pensamentos de Adorno, a obra de arte tem valor em si, o que ele chama de “autonomia da arte”⁵⁸, não se aplica a ideia de função, utilidade, entretenimento ou de comércio.

Ao invés de entreter, parece que tal música [de entretenimento] contribui ainda mais para o emudecimento dos homens, para a morte da linguagem como expressão, para a incapacidade de comunicação. A música de entretenimento preenche os vazios do silêncio que se instalam entre as pessoas deformadas pelo medo, pelo cansaço e pela docilidade de escravos sem exigências. (ADORNO, 1983, p. 67)

A autonomia que Adorno descreve a respeito da obra de arte estabelece uma oposição dura entre arte e mercadoria cultural. A música de entretenimento – mercadoria da indústria fonográfica – é produzida com propósitos evidentemente comerciais, voltados ao lazer, ou, nas palavras de Adorno, é produzida para ocupar os vazios nas populações carentes de qualquer senso crítico que lhes possibilite a formação ativa de seu gosto. As indústrias objetivam o lucro com a venda de seus produtos e serviços, Adorno identifica que a indústria cultural aproveita das lacunas emergentes para promover seu próprio crescimento. Eis aqui mais um motivo que separa a questão da obra de arte e o produto cultural, com isso é possível

⁵⁸ “A obra de arte, para Adorno, apresenta-se, socialmente, com antítese da sociedade, cujas antinomias e antagonismos nela reaparecem como problemas internos de sua forma. Entre autor, obra e público, a obra adquire prioridade epistemológica, afirmando-se como ente autônomo.” (ADORNO, 2009, p. 32)

afirmar que para Adorno não se pode considerar em plenitude como obra de arte qualquer produto da indústria. Dessa forma, poderia Adorno considerar qualquer disco da indústria fonográfica como uma obra de arte desprovida de autonomia e, portanto, uma arte falsa ou incompleta.⁵⁹

A ideia de formação de estratificação na cultura também é compartilhada por Adorno numa relação direta com a estratificação da sociedade capitalista. Dessa forma, Adorno considera necessariamente a música criada para o entretenimento como uma categoria “inferior” de cultura, que de acordo com a interpretação de Duarte (2007, p. 93) nas palavras de Adorno: “semicultura”⁶⁰. Considerando que os estratos mais baixos da sociedade quase sempre tem menor acesso à educação, proporcionando uma carência na formação da capacidade de crítica e assim seus valores de gosto estão mais sujeitos à opinião pública.

Se perguntarmos a alguém se “gosta” de uma música de sucesso lançada no mercado, não conseguiremos furtar-nos à suspeita de que o gostar e o não gostar já não correspondem ao estado real, ainda que a pessoa interrogada se exprima em termos de gostar e não gostar. Em vez do valor da própria coisa, o critério de julgamento é o fato de a canção de sucesso ser conhecida de todos; gostar de um disco de sucesso é quase exatamente o mesmo que reconhecê-lo. O comportamento valorativo tornou-se ficção para quem se vê cercado de mercadorias musicais padronizadas. Tal indivíduo já não consegue subtrair-se ao jugo da opinião pública, nem tampouco pode decidir com liberdade quanto ao que lhe é apresentado, uma vez que tudo o que se lhe oferece, se prende apenas ao detalhe biográfico, ou mesmo à situação concreta em que a música é ouvida. As categorias da arte autônoma, procurada e cultivada em virtude do seu próprio valor intrínseco, já não tem valor intrínseco, já não tem valor para a apreciação musical de hoje. (ADORNO, 1983, p. 66)

A questão do sucesso, talvez, apresente um significado diferente em sua utilização para a música como produto comercial e para a “música séria” como obra de arte. Ainda de acordo com Adorno, o sucesso para a música de mercado está diretamente vinculado ao fato de obter grande popularização (atingir ao grande público) de forma que esse público a reconheça sem depender da crítica que ela própria faz sobre a música que houve e, também independente, do “valor intrínseco” da música. Para Benjamin (apud DUARTE, 2008, p. 25)

⁵⁹ Na verdade sob essa perspectiva nem poderia ser aplicado a designação de obra arte. Por se tratar de mercadoria de massa e de um bem cultural, alguns autores utilizam o termo “cultura de massa” como Dwight Macdonald que na coletânea *“Masscult e Midcult: essays against the american grain”* provoca o confronto do termo com “culto de massa” no qual critica as formas de arte de fácil acesso, principalmente na literatura inglesa das décadas de 1950 e 1960 criada para atender a parcela da população emergente e carente de cultura literária.

⁶⁰ Interpretação de Duarte do termo *Halbbildung* usado por Adorno. Trata-se de uma palavra composta do alemão: *halb* equivalente a *half* em inglês, “metade” em português e *Bildung* que pode ser traduzido para o português como “educação”, “formação” ou “cultura”. Em alguns contextos Duarte também utiliza as traduções “semi-erudição” e “semi-formação”.

quanto menor o significado social da arte maior o distanciamento entre o posicionamento crítico e o prazer estético do público. Ao que parece, o público perde a capacidade de apreciação musical, ou seja, a audição musical é superficial e limitada a reconhecer melodias e harmonias simples e constantemente repetidas. É possível reconhecer ainda na atualidade observando as canções mais tocadas nos principais meios de comunicação na qual sua estrutura é bastante reduzida e simplificada quase sempre valorizando o trecho do refrão.

A histórica relação mercado X arte parece atingir o limite das imbricações no campo da música popular. Numa breve análise mercadológica, o desenvolvimento de um determinado segmento musical pode ter relação com a prática econômica historicamente estabelecida da exploração de recursos à exaustão, levando ao esgotamento de recursos pela não-renovação. (BANDEIRA, 2005)

De acordo com Bandeira o desenvolvimento do mercado de música está vinculado à “exploração de recursos à exaustão”, muito similar às empresas de extração de recursos naturais como minérios e petróleo. Nesse caso o “desenvolvimento” está ideologicamente relacionado a ideia de progresso e de obtenção do lucro financeiro. Dessa forma é comum que as práticas de exploração não se importem com a possibilidade da exaustão dos recursos até que isso venha a ocorrer e então se voltam imediatamente na busca incessante de novos recursos em diferentes regiões geográficas no intuito de nunca frear o crescimento de sua própria economia.

5 O MERCADO DE MÚSICA NO BRASIL

Dentro da gravadora tinha um selo que era só sertanejo e tinha um selo que era popular. Quando eu cheguei lá ninguém sabia onde me colocava. Eu perguntei: "qual é a diferença?" alguém disse: "Pra sertanejo a gente paga 50% menos", "então sou popular".

Almir Sater

Concomitantemente no século XX ocorreram processos de adaptação resultantes da Revolução Industrial em muitas sociedades. A industrialização não se deu de forma uniforme e sincrônica em todos os países. Historicamente, a Revolução Industrial aconteceu no período de 1750 a 1850, iniciando na Inglaterra, mas o processo de industrialização ainda está em desenvolvimento na atualidade em alguns países⁶¹. Com a Revolução Industrial inventos, máquinas e indústrias modificaram definitivamente a vida dos homens. Das inúmeras mudanças ocorridas se faz necessário aqui destacar o êxodo rural e a diminuição da produção artesanal em substituição à produção industrial de produtos padronizados em larga escala. O fenômeno da industrialização abarcou todos os seguimentos de produção, desde a produção de alimentos até a produção de música.

Nota-se que em diversos países latino-americanos⁶² o processo de industrialização ocorreu parcialmente ao longo dos regimes de governo ditatoriais. Um dos argumentos que sustentaram os regimes militares foi o combate à ameaça constante do comunismo. Ao que se sabe, a rejeição ao comunismo na América latina está relacionada à influência direta dos Estados Unidos durante a Guerra Fria, quando houve uma disputa político-ideológica do capitalismo, países ocidentais⁶³; e do socialismo, países orientais⁶⁴.

⁶¹ Principalmente na China e na Índia. Torna-se comum o processo de migração das indústrias de base para regiões com menor custo de produção – tais como energia elétrica, logística, incentivos fiscais – e mão de obra mais barata que nos países nos quais a indústria estava estabelecida.

⁶² Como exemplos: Argentina, Brasil, Colômbia, Chile, Equador, Peru e Uruguai.

⁶³ Nesse período histórico o Japão – recém ocupado pelos EUA após a Segunda Guerra – constituiu como exceção com implantação da economia capitalista no oriente.

⁶⁴ Com exceção para Cuba com regime comunista uni partidário a partir de 1965.

5.1 POLÍTICA, ECONOMIA E MERCADO FONOGRÁFICO

*Antigamente vinha escrito no LP:
Disco é cultura. Eu desconcordo (sic).*

Zezé di Carmargo

Durante o período de regime militar no Brasil, de 1964 até 1985, foi notável o uso da música em manifestações de resistência política, como ferramenta de protesto e crítica, que se intensificou principalmente após o AI-5⁶⁵, marcadas nas canções de compositores que se tornaram populares como Chico Buarque e Geraldo Vandré.

O desenvolvimento da indústria fonográfica no Brasil não foi afetado somente pelo surgimento da canção de protesto, as práticas de censura ou do exílio dos compositores por medo das temidas práticas de tortura aplicadas pelo DOPS. O desenvolvimento da indústria cultural no Brasil foi parcialmente assistido pelo governo brasileiro durante o período militar.

Era comum se encontrar até meados dos anos 1980, reproduzida na capa de todos os LPs editados no país, a inscrição: “Disco é Cultura”, imposta pelo protocolo geral da censura no. 4129. Não se tratava de afirmar que a música fosse parte da cultura, e sim que o disco fosse cultura, numa postura que indicava abertamente o aspecto coisificado da cultura, uma vez que esta passou a ter um valor baseado simplesmente na quantidade de bens materiais vendidos no mercado. (FRENERICK, 2007, p. 3).

A partir de 1967, muitos discos de vinil no Brasil passaram a conter a inscrição “disco é cultura”. Interessante notar que a inscrição faz menção direta ao produto, o disco, e não ao seu conteúdo, a música. A inscrição revela a interferência do governo brasileiro em incentivar a indústria cultural e, portanto, incentivar a prática do “consumo massificado de cultura”, uma das “engrenagens” do sistema capitalista qual é praticado o governo. Neste sentido, diz Delmiro-Silva (2001, p. 6). “Em 1967, foi promulgada a lei de incentivo fiscal, que permitia às gravadoras aplicarem o ICM devido pelos discos internacionais em gravações nacionais. A partir de então, os produtos deveriam conter o selo ‘Disco é Cultura’.”. Sobre o mesmo tema aponta Vicente (2006, p. 118), quando diz que “[o crescimento associado à] lei de

⁶⁵ Ato Institucional número 5 assinado em 13 de Dezembro de 1968, que suspendeu os direitos políticos e proibiu qualquer atividade ou manifestação sobre a política, teve fim em 13 de Outubro de 1978 com a emenda constitucional número 11 que revogou todos os atos que interferissem com a Constituição Federal Brasileira.

incentivos fiscais promulgada em 1967, facultando às empresas abater do montante do Imposto sobre Circulação de Mercadorias os direitos comprovadamente pagos a autores e artistas domiciliados no país”.

A medida do governo brasileiro em aplicar um incentivo fiscal que contemplava a produção de gravações nacionais não foi apenas um critério que promovia a cultura local, outro objetivo implícito foi incentivar a própria economia. Anterior a esse período as produções fonográficas no Brasil eram muito escassas e não movimentavam a economia de forma que proporcionasse a consolidação plena da indústria fonográfica no país. A respeito disso Paiva (2010, p. 14) argumenta que “é interessante notar que se os anos 40 e 50 podem ser considerados como momentos de incipiência de uma sociedade de consumo, as décadas de 60 e 70 se definem pela consolidação do mercado de bens culturais”.

A Figura 4 – reprodução de Bolaño (et al., 2010, p. 169) – representa um gráfico que representa a quantidade de venda de produtos fonográficos em milhões no Brasil cronologicamente de 1968 até 2007. Nesse gráfico estão computadas somente as vendas físicas dos produtos de música gravada.

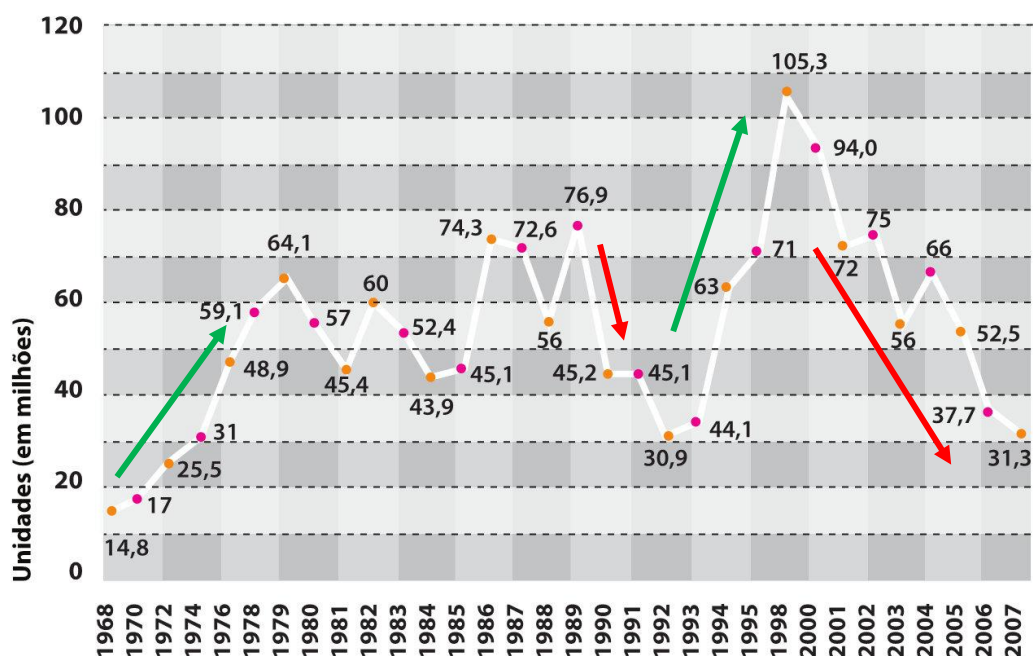


Figura 4 - Venda de produtos da indústria fonográfica no Brasil

De acordo com Vicente (2008), as informações do gráfico entre os anos de 1960 até 1990 são fornecidas por relatórios da Nopem limitados aos estados de São Paulo e Rio de Janeiro que na época representavam cerca de dois terços do mercado brasileiro. Esses dados foram reunidos pela ABPD e em conjunto com a IFPI para compor os relatórios atualizados.

Como se sabe, são escassos e pouco confiáveis os dados acerca da produção e venda de discos no Brasil. E a pesquisa do Nopem, embora apresente limitações, é provavelmente, a única que abrange as décadas de 1960 a 1990 e que pode ser acessada por pesquisadores interessados. (VICENTE, 2008, p. 105)

É preciso ter em mente que esses dados não são absolutamente confiáveis. Apenas para ressaltar que foi verificado durante a coleta de informações para essa dissertação que a própria ABPD divulga relatórios anuais – também disponíveis em sua página da internet – com algumas discordâncias entre o número de vendas de um mesmo ano em dois relatórios diferentes. Foi verificada uma constante no qual as informações conflitantes dos relatórios atualizados quase sempre indicavam um valor inferior para a quantidade de vendas do ano anterior de forma que a afetar a proporção da evolução do mercado de uma maneira quase sempre mais positiva (cresceu mais ou diminuiu menos).

Analisando o gráfico apresentado é possível identificar um enorme crescimento da indústria fonográfica no Brasil logo depois de promulgada a lei de incentivo fiscal em 1967. De acordo com Vicente (2008, p. 105) “Os anos que vão de 1965 a 1979 marcam tanto a implantação ou consolidação no país das principais empresas mundiais do setor como uma fase de expansão vigorosa e ininterrupta da indústria.” Em 10 anos – contados entre 1968 e 1978 – o número de vendas de produtos aumentou em quase 400%, numa década em que ocorreram grandes instabilidades do mercado de petróleo⁶⁶, com uma grande crise no ano de 1973. É notável que a lei de incentivo colaborou com crescimento das vendas e consolidação da indústria no Brasil, no entanto, em se tratando da produção da música local, Morelli (2009, p. 48) vincula o período de consolidação com a internacionalização da indústria fonográfica, já que para as gravadoras era “muito mais fácil lançar um disco já gravado no exterior do que arcar com as despesas de gravação de um disco no Brasil”, o que mostra que a lei de incentivo “disco é cultura” não foi decisiva para estimular a produção de música da cultura local. Na década de 1980 há uma oscilação instável entre crescimento ou diminuição nas vendas. Nos

⁶⁶ A crise do petróleo afeta diretamente a indústria fonográfica, pois o petróleo é a matéria-prima básica (no derivado de cloreto de polivinila) para confecção do principal produto da indústria fonográfica, o disco de vinil. No ano de 1973, num período de 120 dias, o preço de mercado do petróleo foi triplicado.

período de 1989 até 1992 e entre os anos 2000 e 2007 é possível identificar duas grandes depressões no volume de vendas.

A primeira depressão esteve relacionada ao período de instabilidade da economia brasileira, quando a inflação alcançou níveis extremamente altos.

A crise dos anos 80 tinha, no entanto, outros contornos. Tratava-se agora de uma severa retração da economia como um todo, relacionada a fatores como a recessão mundial e o grande endividamento externo do país, e tendo como resultante altas taxas de inflação (próximas a 100% ao ano), acompanhadas de expressivo aumento no desemprego. [Suas] consequências serão devastadoras para a indústria do disco, que passa a atravessar o que seria, até aquele momento, a maior crise de sua história. (VICENTE, 2002, p. 89)

De acordo com Demiro-Silva (2001, p. 7) “a implantação do Plano Cruzado, em 1986, promoveu uma retomada do crescimento das vendas de discos, que perdurou até o início da década passada [de 1990].” A instabilidade gerada pela inflação refletiu diretamente em todos os setores de mercado, incluindo o fonográfico. Inúmeras medidas econômicas, como os Planos Cruzado, Bresser, Verão e Collor, foram tentativas fracassadas do governo brasileiro em equilibrar a economia de modo a permitir criação de vagas de trabalho suficientes para reduzir a população desempregada crescente. A partir de 1993 houve uma rápida recuperação no Brasil nas vendas de música gravada impulsionada por diversos fatores: melhora na condição da economia interna, com a estabilização da economia, abertura do mercado às importações, início da implantação do Plano Real e simultaneamente com a popularização do CD.

Em relação à evolução do mercado, vencidas as incertezas econômicas trazidas pelos anos Collor, no início dos anos 1990, o mercado brasileiro de discos foi se recuperando durante a década, apoiando-se nas mudanças econômicas dos planos FHC e Real (1993 e 1994) e na popularização do CD. As reedições dos discos de vinil em CD levaram a indústria fonográfica mundial a altos patamares de lucratividade. No Brasil, em 1998 atinge-se o maior índice de vendas já alcançado, com 105,3 milhões de unidades vendidas, levando o país ao sexto lugar no ranking mundial. (BOLAÑO et al., 2010, p. 169).

Em comparação com o mercado norte-americano o mercado fonográfico brasileiro esteve defasado em vários anos na transição das mídias do disco de vinil para o CD como apontam os números da RIAA demonstrados por Plasketes (1989, p. 110, tradução nossa).

O ano de 1988 foi marcado por um ponto de mudança na indústria da música. Pela primeira vez desde sua chegada no mercado em 1983, as vendas de CDs ultrapassaram as receitas de discos de vinil. As vendas de gravações [em discos de vinil] caíram 33%, estacionando em 15% do total do mercado, enquanto [as vendas de] CD aumentaram em 31%. Em 2 de Abril, pela primeira vez todas as 200 gravações mais vendidas estavam disponíveis no formato CD. O declínio do vinil foi um processo gradual, uma morte lenta. Entre 1978 e 1988, o número de unidades de vinil (LPs e EPs) entregues por fabricantes caiu cerca de 80%, de 341 milhões para 72 milhões, de acordo com a RIAA. Por outro lado, o número de entregas de CDs saiu do zero em 1978 para 149,7 milhões em 1988.⁶⁷

Mesmo com as tentativas do governo militar brasileiro em incentivar o comércio e a produção musical nacional – como parte de sua política de criação de uma unidade nacional e de fortalecimento das indústrias brasileiras – é possível observar a existência de música gravada estrangeira no Brasil antes da década de 1980, ou seja, o mercado fonográfico brasileiro já possuía um vínculo internacional de modo que vários títulos estrangeiros, como dos Beatles, estavam disponíveis nas lojas em conformidade com o que disse Morelli (2009) sobre a conveniência do mercado brasileiro em lançar produções prontas ao arcar com os custos de produção local mesmo com incentivos fiscais. O fenômeno da globalização já começava a se estabelecer e afetar todo o mercado de música que se desenvolveu mais intensamente a partir da década de 1990.⁶⁸ Nesse período o Brasil – com recente redemocratização – modificou sua política econômica iniciando o processo de liberalização com a abertura do mercado brasileiro às importações. Com isso o mercado de música brasileiro é intensificado com os efeitos da globalização.

⁶⁷ The year 1988 marked a turning point in the music industry. For the first time since its arrival in the market in 1983, compact disc sales surpassed vinyl revenues. Record sales declined 33%, leveling off at 15% of the market, while CD increased 31%. On April 2, for the first time all 200 records on the charts were available on CD. Vinyl's decline has been a gradual process, a slow death. Between 1978 and 1988, the number of vinyl units (LPs and EPs) shipped by manufactures dropped nearly 80%, from 341 million to 72 million, according to the Recording Industry Association of America (RIAA). Conversely, the number of CDs shipped went from zero in 1978 to 149.7 million in 1988.

⁶⁸ Aqui é importante enfatizar que se trata da globalização e não mundialização. O Brasil possui uma grande mistura étnica de povos, desde as tribos que aqui habitavam antes dos portugueses, os migrantes europeus, os escravos africanos até as mais recentes migrações de povos asiáticos. Logo, a formação da cultura brasileira reúne características sincréticas resultantes da aproximação de várias culturas distantes geograficamente. Os primeiros compositores eruditos brasileiros basicamente produziam música de características eurocêntricas. Grande parte da “identidade nacional” brasileira inicia a partir do final do século XIX com a proclamação da república, é fomentada por influência do nacionalismo e continuou crescendo com as políticas do período militar em manter a “unidade nacional”. Com isso surge uma “música brasileira” praticamente de forma simultânea ao estabelecer do mercado fonográfico e o comércio internacional de produtos, incluindo produtos culturais como a música gravada.

A tabela 2 mostra informações de vendas de gravação de música nos diferentes formatos no Brasil no período de 1978 até 1994.

Tabela 2 - Venda discriminada de produtos da indústria fonográfica no Brasil no período de 1978 até 1994 com valores expressos em milhões

Ano	Compacto simples	Compacto duplo	LP	LP econômico	Cassete	Cassete duplo	CD	Total de unidades
1978	11,0	5,9	23,8	10,1	8,0	0,2	-	59,00
1979	12,6	4,8	26,3	12,0	8,3	0,2	-	64,20
1980	11,2	4,0	23,8	10,8	7,1	0,2	-	57,10
1981	6,9	2,4	17,6	10,6	5,8	0,1	-	43,36
1982	8,8	2,3	26,9	13,1	9,0	0,1	-	60,20
1983	6,4	1,3	24,4	11,9	8,5	0,4	-	52,90
1984	4,7	1,2	20,3	10,2	7,5	0,0	-	43,92
1985	2,6	1,7	22,4	10,1	8,4	0,0	-	45,21
1986	1,6	0,5	33,4	22,9	15,9	0,0	-	74,31
1987	0,3	0,2	41,8	13,4	17,1	0,1	0,2	73,10
1988	0,01	0,1	34,9	7,8	12,5	0,1	0,7	56,11
1989	-	0,07	48,5	8,2	17,8	0,1	2,2	76,87
1990	-	-	28,0	3,4	8,8	1,0	3,9	45,10
1991	-	-	28,4	-	9,0	-	7,5	44,90
1992	-	-	16,7	-	5,6	-	9,8	32,10
1993	-	-	16,4	-	6,8	-	21,0	44,20
1994	-	-	14,5	-	8,5	-	40,2	63,20

Fonte: Relatórios IBPD (2005)

Analisando os números brasileiros, fornecidos pela IBPD, e internacionais, fornecidos pela RIAA, é possível verificar um grande retardo do mercado fonográfico brasileiro com o mercado fonográfico norte americano no que diz respeito da atualização das mídias de registro de música. De acordo com Plasketes (1989) o mercado norte americano superação de vendas de CDs em substituição ao disco de vinil em 1988 pela primeira vez, porém no mesmo ano as vendas de CDs no Brasil ainda estavam bem no princípio e representando pouco mais de 1,2% do total de unidades vendidas dentre todos os suportes. No período de 1978 até 1987 o mercado fonográfico disponibilizava gravações em um formato econômico de vinil que ocupou nesse período grande parcela da participação de vendas, isso provavelmente está relacionado com o baixo poder aquisitivo da população brasileira e com a instabilidade econômica no Brasil.

No início da década de 1990 assistiu-se a uma crise aguda, com o ano de 1990 registrando uma queda na produção de mais de 40% em comparação com 1989. No entanto, a indústria foi favorecida pela conjuntura de relativa estabilidade dos primeiros anos do Plano Real e viveu, entre 1996 e 1999, os melhores momentos de sua história, alcançando a posição de sexto mercado mundial [de acordo com dados da IFPI]. Esse período assistiu, por sinal, à implantação e consolidação do formato CD no Brasil. (VICENTE, 2008, p. 106)

A venda de CDs só aumentou consideravelmente no Brasil a partir de 1990, no ano seguinte as vendas de discos de vinil começaram a diminuir gradualmente e apenas em 1993, 4 anos mais tarde em comparação com o mercado americano, o mercado fonográfico brasileiro vendeu mais CDs do que qualquer outro formato.

A transição para um novo suporte de gravação do som de natureza incompatível com os anteriores conforma a obsolescência de um padrão de equipamentos e de acervo. Em populações com maior poder aquisitivo, essa transição ocorre mais rapidamente em comparação com populações de menor renda. A incompatibilidade de um novo suporte com o anterior força o consumidor a adquirir novos equipamentos. Observa-se que no Brasil principalmente até a década de 1990 os processos de transição se caracterizavam por ocupar um período muito mais longo que nos países com economia desenvolvida.

No Brasil temos condições de afirmar que o processo de substituição tecnológica do 78 rpm pelo LP não ocorreu de forma sincrônica. Isso acabou permitindo que uma gravadora como a paulistana Chantecler, por exemplo, voltada exclusivamente para o mercado popular [...] acabasse aumentando suas vendas justamente por adiar sua transição para o LP, mantendo uma oferta de discos de 78 rpm a uma faixa de consumidores que ainda não tinha condições de adquirir os novos aparelhos reprodutores. (VICENTE, 2009, p. 5-6)

Com isso, atribui-se, em parte, à condição socioeconômica da população brasileira pelo retardo do desenvolvimento do mercado fonográfico. Nesse caso a lei da oferta e da procura está limitada por um fator econômico: não há por parte da maior parte dos consumidores poder aquisitivo suficiente para fomentar a transição dos suportes. Como estratégia de mercado, algumas empresas que atendiam basicamente o mercado popular – como a gravadora Chantecler – atentas à grande demanda por gravações de suportes mais antigos continuavam disponibilizando suas produções nos formatos anteriores, prolongando o período de transição.

Conforme o mercado fonográfico cresce alcança maior participação na economia de um país, a produção musical frequentemente se torna uma das economias mais importantes do setor da indústria cultural. Para Bandeira (2005),

[...] o mercado musical também assume grande responsabilidade no desenvolvimento econômico de alguns países. A produção musical pode ser um elemento gerador de riqueza a partir de shows e festivais, difusão local e nacional; eventualmente, alguns artistas alcançam o mercado internacional de música, promovendo a cultura local.

Com a estabilização contínua da economia brasileira e consequente aumento da participação da população com maior poder aquisitivo o país ganhou visibilidade internacional como mercado consumidor emergente, uma vez que, de acordo com Pitre-Vásquez (2007, p. 2), o crescimento da indústria fonográfica brasileira colocou o país em posição de “um dos maiores mercados fonográficos do mundo sendo transformado em alvo importante dos interesses internacionais do setor entretenimento, que [veem] no direito autoral nacional, um grande negócio”. Delmiro-Silva (2001, p. 7) revela os números do crescimento da indústria fonográfica brasileira que justificam a sua posição de destaque internacional.

[Em 1995] o mercado brasileiro de CDs já representava 1,76% (com 3,75% das unidades vendidas) do mercado mundial, que faturava um total de US\$ 39,7 bilhões. A década de 90 também testemunhou um desempenho eficiente de gravadoras nacionais como a Eldorado e a Velas. [...] Em 1996, o nosso mercado fonográfico [brasileiro] cresceu 32% em relação ao ano anterior: 94 milhões de discos vendidos no país, com um faturamento de US\$ 874,25 milhões. O Brasil voltou à posição de sexto lugar no ranking mundial das vendas de discos.

O grande crescimento do mercado de música no Brasil além de colocar o país em evidência no mercado mundial produz grande quantidade de arrecadação de impostos e gera importantes riquezas que auxiliam cada vez mais a manutenção do sistema econômico brasileiro. Com maior participação do mercado fonográfico na economia faz com que os governos se tornem mais atentos a quaisquer questões que possam prejudicar seu crescimento.

5.2 A PIRATARIA DE MÚSICA GRAVADA E A ERA DA INTERNET

A Figura 5 representa um gráfico produzido a partir das informações estatísticas da ABPD com informações sobre a quantidade de venda de música gravada no Brasil cronologicamente de 1998 até 2011 incluindo a comercialização de música gravada por meios eletrônicos. Os números estão expressos em milhões de unidades.

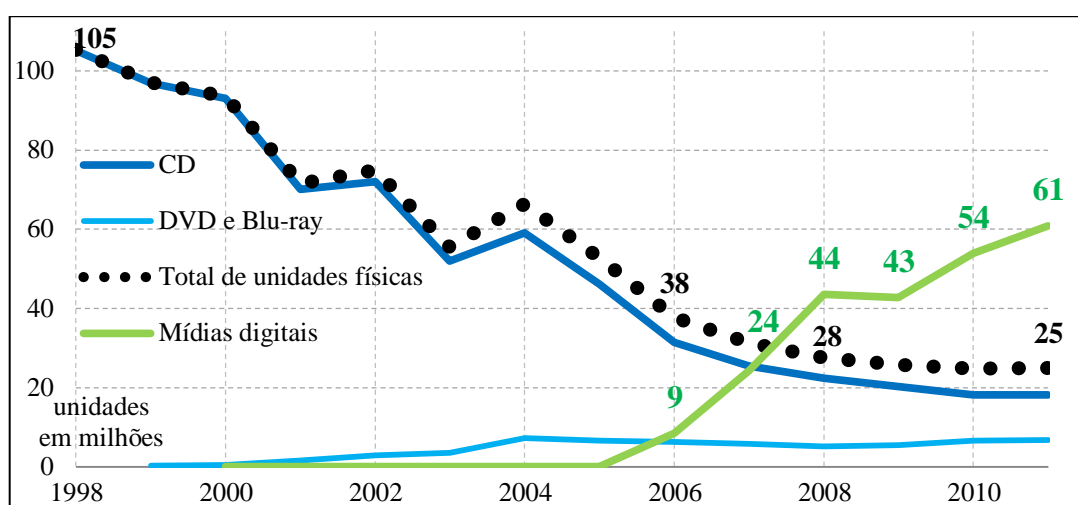


Figura 5 - Venda de música gravada no Brasil incluindo meios eletrônicos

Nesse período a lista de suportes é representada apenas por três formatos físicos: CD, DVD e Blu-ray além das mídias digitais – termo utilizado pela ABPD para designar venda de música gravada em meio eletrônico, sem suporte físico, por transmissão de arquivo. As estatísticas completas de vendas de produtos fonográficos estão apresentadas nos anexos desse trabalho.

A partir do ano 2000, a segunda grande depressão nas vendas de produtos da indústria fonográfica desta vez está relacionada o contexto global da indústria fonográfica com o surgimento de redes de compartilhamento livre de arquivos na internet e o enorme sucesso do Napster⁶⁹ que iniciou um período de transição da indústria fonográfica em todo o mundo.

⁶⁹ Napster foi o *software* pioneiro em redes de compartilhamento de arquivos MP3 que permitia a troca de músicas sem nenhuma forma de cobrança ou controle nas questões de cópia de conteúdo com direitos autorais reservados. A rede Napster foi interdita em Julho de 2001 pela justiça dos Estados Unidos como resultado da ação movida pela Associação da Indústria das Gravadoras da América (RIAA – *Recording Industry Association of America*), em Setembro do mesmo ano foi reestabelecida parcialmente após se tornar um sistema pago de compartilhamento e então sua popularização diminuiu. Após o sucesso do Napster diversos sistemas de compartilhamento livre de músicas foram desenvolvidos e continuaram a compartilhar música sem a necessidade

É inegável que a possibilidade de distribuição musical sem a necessidade física da vinculação a um suporte, através do formato MP3, trouxe um grande número de alterações aos mecanismos até então utilizados na distribuição musical, e uma série de indagações ligadas ao próprio fazer musical. A primeira e óbvia constatação foi a de que os sistemas de troca de arquivos via rede fizeram com que os números de venda de gravações despencassem. (PAIVA, 2011, p. 32).

É observado que a partir de 2006 a queda das vendas começou a se estabilizar e um novo meio de comercialização passou a ser empregado no Brasil: o eletrônico. Lojas eletrônicas passaram a integrar o comércio eletrônico de arquivos compactados de música e esse padrão superou o comércio de música grava em suportes físicos a partir de 2008, ano no qual as vendas dos suportes físicos estagnaram num patamar próximo de 25 milhões de unidades enquanto as vendas de arquivos eletrônicos crescem continuamente superando o patamar de 60 milhões de unidades no ano de 2011.

Porém, no início da década de 2000, a internet ainda não era um veículo de comunicação de massa para a população brasileira. O sistema de telecomunicações para a internet banda larga ainda estava em implantação no Brasil, seu custo era considerado alto e o acesso mais frequente dos usuários brasileiros estava limitado aos serviços mais simples como o de correio eletrônico. Aos poucos, durante a década passada, a infraestrutura foi ampliada, a quantidade de computadores domésticos aumentou e o acesso à internet teve seu preço reduzido de forma a popularizar-se. Logo, a queda das vendas de discos no Brasil da última crise não esteve inicialmente relacionada ao tráfego de arquivos via internet nas redes P2P.

Desde o final da década de 1990 crescia no país a atividade de vendedores ambulantes que vendiam cópias piratas de discos lançados no mercado fonográfico nas ruas das grandes cidades ou em conglomerados conhecidos como camelôs. A diferença do preço do disco pirata em relação ao disco original era muito alta, porém a qualidade do som reproduzido é tecnicamente a mesma pois o processo de cópia de informação digital é idêntica, diferente da perda de qualidade no processo de cópia no formato analógico como nas fitas cassete. Logo, a opção pelo produto pirata acabou se popularizando no Brasil culminando numa desaceleração dos números de vendas oficiais do mercado fonográfico brasileiro.

O crescente comércio de produtos piratas e contrabandeados no Brasil provocou em 5 de junho de 2003 a instalação de uma CPI – Comissão Parlamentar de Inquérito – com a finalidade de investigar fatos relacionados à pirataria de produtos industrializados e sonegação fiscal, que foi largamente divulgada pelos veículos de comunicação como “CPI da Pirataria”. De acordo com o relatório da CPI (BRASIL, 2003) foram investigadas diversos tipos de produtos industrializados incluindo a indústria fonográfica e cinematográfica. O relatório da CPI aponta o empresário chinês naturalizado brasileiro Law Kin Chong – preso no curso da investigação por corrupção ativa – como o principal responsável pela pirataria de CDs no Brasil.

O mercado brasileiro vive uma grave crise em função do crescimento da pirataria de música e do descontrole do comércio ambulante de CDs musicais em todas as regiões do país. Milhares de pontos de venda de produtos falsificados são encontrados diariamente, em plena luz do dia, abastecidos por uma enorme rede de crime organizado. O resultado é a redução de mais de 50% no mercado legítimo de música nos últimos cinco anos e, por via de consequência, a perda de milhares de empregos e a retração dos investimentos do setor fonográfico. Como ocorre em toda a cadeia produtiva da música, o mercado varejista também sente fortemente os efeitos da crise. Só no comércio especializado foram fechados mais de dois mil pontos de venda em todo o país em consequência direta da concorrência desleal dos ambulantes. (BRASIL, 2003, p. 128-129)

Ainda de acordo com o relatório no período entre 1997 até 2002 a venda de produtos piratas do mercado brasileiro ultrapassou a venda de produtos originais conforme mostra a tabela 3.

Tabela 3 - Aumento do percentual da pirataria

	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Pirata	3	15	30	40	53	59
Original	97	85	70	60	47	41

Fonte: (BRASIL, 2003, p. 116)

Outro fator apontado pelo relatório da CPI é que enquanto nos países desenvolvidos a queda das vendas de produtos fonográficos está relacionada à pirataria praticada via internet – como em troca de arquivos em redes P2P – nos países da América Latina tem a

queda das vendas de produtos fonográficos relacionada à pirataria de CDs e DVDs principalmente. A CPI da pirataria mostrou a importância do mercado de produtos fonográficos na participação da economia brasileira. A investigação reuniu um grande esforço de diversas polícias brasileiras para prender os contrabandistas e impedir o crescimento do mercado clandestino que diminui as receitas de impostos e os lucros das empresas que formam o mercado fonográfico brasileiro.

O combate à pirataria ocorreu no mundo todo. Depois da popularização de conteúdos culturais em formato digital e sua possibilidade de cópia integral facilitada e sem depreciação as indústrias culturais perceberam que seus lucros corriam sérios riscos de diminuir. Por isso a partir de 1998 foram criadas diversas tecnologias incluídas em produtos eletrônicos que limitam algumas formas de acesso à informações digitais, como música e vídeos em CDs e DVDs. Essas tecnologias – chamadas DRM – têm o objetivo de controlar a cópia de acervos eletrônicos com direito autoral. Os formatos com suporte de DRM foram adotados pelas grandes empresas na tentativa de controlar a distribuição das informações sem o pagamento do direito autoral. No entanto, os sistemas DRM se mostraram violáveis, visto que na internet estão disponíveis diversos *softwares* capazes de copiar material digital protegido.

5.3 PRODUTO CULTURAL, MÚSICA E FETICHISMO

Além dos discos, livros são exemplos claros de mercadorias nos quais a sociedade projeta valor simbólico. Possuir produtos culturais muitas vezes denota uma qualidade de ser culto e – indiretamente – possuir alguma espécie de poder social. Um exemplo que ilustra claramente esse pensamento é a existência de serviços oferecidos por marcenarias para construção de prateleiras repletas por lombadas de livros ocios de madeira como efeito decorativo para uma parede de escritório. Fica clara a intenção estética em possuir uma falsa biblioteca como símbolo de cultura e poder. Na música é possível identificar uma relação parecida com consumidores compulsivos de discos e de instrumentos musicais os quais muitas vezes nem conhecem sua própria discoteca ou não sabem tocar seus próprios instrumentos. Em relação ao consumidor compulsivo por bens culturais sua relação de posse com os produtos está desvinculada de seu próprio contexto cultural a não ser pelo aspecto da cultura do simples consumo justificada em si mesma, ou seja, apenas seu valor de troca é valorizado.

A indústria cultural finge solenemente orientar-se por seus consumidores e fornecer-lhes o que eles desejam. Mas, enquanto ela continuamente proíbe qualquer pensamento propriamente autônomo e eleva suas vítimas a juízes, sua encoberta arbitrariedade supera todos os excessos da arte autônoma. (ADORNO, 1987, p. 267)

A supervalorização de um produto é basicamente a atribuição ao objeto um signo de poder sobrenatural. “Fidelidade sonora tem muito mais a ver com a fê na função social e organização de máquinas do que com a relação entre o som e sua fonte” (STERNE apud IAZZETTA, 2009, p. 114). Nesses casos ocorre algum tipo de adoração por parte dos consumidores aos objetos. Adorno chama a atenção para o caráter fetichista da música na relação do valor de troca imediato do setor dos bens da cultura.

Se a mercadoria se compõe sempre do valor de troca e do valor de uso, o mero valor de uso – aparência ilusória, que os bens de cultura devem conservar, na sociedade capitalista – é substituído pelo mero valor de troca, o qual, precisamente enquanto valor de troca, assume fictivamente a função de valor de uso. É neste quiprocó específico que consiste o específico caráter fetichista da música: os efeitos que se dirigem para o valor de troca criam a aparência do imediato, e a falta de relação com o objeto ao mesmo tempo desmente tal aparência. (ADORNO, 1983, p. 78-79)

Para Adorno, a questão do fetiche em música está relacionada basicamente ao fato de tratar a música como mercadoria. É possível identificar tal conceito em diferentes práticas vinculadas ao mercado de música: na predileção certa de um leigo por um violino Stradivarius a um violino moderno sem ter um ouvido especializado capaz de perceber as diferenças. Isso também ocorre no campo da audiofilia, visto que consumidores gastam muito dinheiro em equipamentos de som de alta-fidelidade com características de reprodução sonora muitas vezes superior à capacidade da audição humana.

O conceito de fetichismo musical não se pode deduzir por meios puramente psicológicos. O fato de que "valores" sejam consumidos e atraiam os afetos sobre si, sem que suas qualidades específicas sejam sequer compreendidas ou apreendidas pelo consumidor, constitui uma evidência da sua característica de mercadoria. (ADORNO, 1983, p. 77)

A indústria fonográfica se desenvolve simultaneamente aos equipamentos de áudio e de registro do som, dessa forma há uma direta relação técnica e econômica entre as partes. A indústria reverte parte de seus lucros no desenvolvimento técnico dos equipamentos que, por sua vez, são utilizados instrumentalmente pela indústria. O desenvolvimento técnico da eletrônica para o áudio promoveu maior efeito da indústria fonográfica na produção musical e no consumo de música gravada em pelo menos três aspectos: (a) melhora dos equipamentos de gravação de música, (b) melhora dos equipamentos de reprodução de música e (c) diminuição do custo dos equipamentos de forma a aumentar o público consumidor. A cada inovação técnica dos equipamentos o resultado do som reproduzido alcança menores quantidades de distorções, maiores possibilidades de controle do nível de ruído, maior capacidade de representação da dinâmica e das frequências aproximando o som original do som reproduzido.

De acordo com Millard (1995), após a segunda guerra mundial, a chegada dos discos de vinil com microsulco fez com que uma parcela dos consumidores o adotasse incondicionalmente devido à sua grande melhora de reprodução sonora comparada a qualquer formato anterior.

As novas gravações soaram tão melhores que as velhas causando um aumento na expectativa dos amantes da música. Ouvintes que compraram equipamentos sofisticados para ouvir o melhor da música clássica agora vêem (ou, mais precisamente, escutam) aquilo que o antigo sonho de trazer música de primeira classe para dentro dos lares exatamente como foi tocada – ideia articulada anteriormente por Thomas Edison – agora era possível. Audiófilos se tornaram defensores por maior e maior fidelidade.⁷⁰ (MILLARD, 1995, p. 209, tradução nossa)

Essa parcela de ouvintes entusiasmados pela melhoria técnica da música gravada formou uma classe de consumidores ávidos por inovações e pré-dispostos a consumi-las mesmo a altos custos. Esses ouvintes passaram a ser chamados de “audiófilos” e o mercado de música, percebendo a existência dessa classe de consumidores, passou a disponibilizar produtos como gravações e equipamentos de áudio com o rótulo hi-fi (*high fidelity*, alta

⁷⁰ The new records sounded so much better than the old that the expectations of music lovers were raised. Listeners who purchased sophisticated equipment to listen to the best of classical music now saw (or, more precisely, heard) that the old dream of bringing first-class music into the home exactly as it had been played - first articulated by Thomas Edison - was now possible. Audiophiles became advocates for higher and higher fidelity.

fidelidade) dirigidos para o público mais exigente. A criação de produtos específicos de alta fidelidade sonora estabeleceu alguns paradoxos no mercado.

Durante todo o século XX, a indústria de áudio propagou a ideia de que estaria oferecendo ao mercado produtos que iriam “finalmente” reproduzir o material gravado como ele seria “de fato” se estivéssemos presentes no momento de sua produção. Ou seja, o som gravado alcançaria uma reprodução “fiel” de um som original. (IAZZETTA, 2009, p. 99)

Um dos propósitos que justificam esse tipo de propaganda é promover a aceleração da obsolescência de uma tecnologia em razão do lançamento de uma nova considerada imediatamente como melhor. O caso é que nem sempre os suportes de reprodução de música são compatíveis entre si de modo que a cada novo padrão a indústria oferece imediatamente novas e antigas gravações no novo formato para estimular o consumidor a atualizar sua discografia gerando maior lucro financeiro. Quanto mais eficaz o impacto dessa propaganda na questão do consumo, mais breve tende a ser o processo de obsolescência de um antigo suporte em relação ao novo forçando aos poucos o consumidor adquirir novos produtos para se adaptar ao novo padrão de suporte aumentando concomitantemente o faturamento de toda a indústria da música desde a produção de equipamentos de áudio até a venda de discos.

De acordo com informações da RIAA a partir dos anos 1980 e 1990 o formato mais vendido em todo mundo migrou do disco de vinil para o CD. No entanto, para os audiófilos o novo suporte possui características técnicas inferiores ao anterior. Em termos técnicos o padrão digital de representação do som no CD tem limitações rígidas na quantidade de frequências (principalmente as mais agudas) e na intensidade da dinâmica, esses limites no disco de vinil não são definidos por critérios de padronização técnica inerentes do áudio digital podendo, em alguns casos, ultrapassar as características técnicas do áudio digital do CD. A representação das frequências agudas no CD está limitada a frequência máxima de 20,5 kHz, mas a maneira como um sinal próximo a essa frequência é representado não mantém a pureza de detalhes que compõem as altas frequências. O interessante é que de acordo com os estudos da psicoacústica a anatomia do ouvido humano comum só é capaz de receber estímulos das frequências próximas a 20 kHz com alta potência. De modo que, teoricamente, o resultado sonoro obtido na padronização do CD é suficiente para registro de qualquer som que o ser humano é capaz de ouvir.

Por causa dessa limitação rígida grande parte dos consumidores audiófilos persistiu no formato do vinil passando a investir em melhores equipamentos na busca incansável de atingir melhor resultado sonoro. Em 1999 um novo formato digital foi introduzido no mercado compatível com o CD, porém com um limite teórico de frequências muito superior a capacidade da audição humana, até 100 kHz: o Super Audio CD (SA-CD).

De acordo com Meyer e Moran (2007), os resultados de testes cegos que comparam a percepção humana entre o áudio do DVD-Audio e o SACD mostraram resultados de acerto inferior a metade, ou seja, num teste no qual a resposta está limitada à apenas duas escolhas possíveis os resultados são compatíveis aos testes nos quais os participantes respondem qualquer coisa, sem nenhum critério, assim como numa adivinhação. Isso demonstra que, a partir de certo ponto, dificilmente o ser humano é capaz de perceber corretamente a diferença de uma gravação com qualidade técnica superior a outra que é tecnicamente inferior dentre os formatos de alta fidelidade, pois provavelmente esses já ultrapassam a capacidade humana de audição.

As vendas de música gravada no formato SACD são tão pequenas que nem constam em nenhum dos relatórios estatísticos de vendas de produtos fonográficos da RIAA, da mesma forma, poucos títulos foram lançados para esse formato. Praticamente na contramão, a da audiofilia está o consumo de música em formatos de áudio compactados com perdas – como o MP3 – que foram criados para diminuir seu tamanho em bits tornando possível sua transmissão via internet e armazenamento em equipamentos com baixa capacidade como celulares e tocadores de mídia modernos. Os formatos de áudio compactados com perdas são praticamente o oposto se comparados com as mídias de alta fidelidade, a maioria desses formatos foram desenvolvidos para representar o áudio com qualidade próxima à do CD – quase sempre inferior por causa da técnica de ignorar algumas informações consideradas redundantes, e dessa forma, aumentar sua capacidade de compactação. O propósito desse modo de representação da música gravada em arquivos como o MP3 está muito distante da adoração dos audiófilos pela alta-definição como explica IAZZETA (2009, p. 128).

Músicas codificadas em MP3 são escutadas em automóveis misturadas ao ruído urbano, em tocadores digitais enquanto se faz exercícios físicos ou pelos alto-falantes precários encontrados na maioria dos computadores pessoais, sem que os ouvintes se incomodem com sua qualidade sonora. O que está em jogo não é mais uma qualidade de áudio, já que as tecnologias atuais parecem oferecer muito mais do que um ouvinte médio necessita, mas uma qualidade de escuta que está totalmente sujeita ao ambiente e aos contextos em que ocorre.

Os números de vendas de música gravada, incluindo o Brasil, mostram que vendas por meios eletrônicos tem aumentado bastante nos últimos anos superando a venda dos suportes físicos de música gravada.

A tendência, portanto, é que o desenvolvimento técnico de novos formatos físicos teoricamente melhores para reprodução do som gravado seja diminuído aos poucos. A maioria dos ouvintes atuais tem preferido os benefícios da portabilidade e da facilidade de uso dos “audiotecas” formadas por arquivos de áudio em comparação com a superioridade do áudio de discotecas compostas de acervo de música gravada em formatos físicos.⁷¹

Na tabela 4 há um comparativo entre os dois tipos de ouvinte: ouvinte audiófilo e ouvinte de música portátil.

Tabela 4 – Resumo comparativo entre dois tipos de ouvinte de música gravada

	Ouvinte audiófilo	Ouvinte de música portátil
Tipo de suporte utilizado	Predominantemente em suportes físicos (vinil, SACD)	Predominantemente em arquivos compactados com perdas (MP3, AAC)
Suporte de produção sonora	Caixas de som e alto falantes	Fones de ouvido / sistema de som automotivo
Ambiente de audição	Ambientes especializados projetados ou acusticamente tratados	Qualquer ambiente
Nível de atenção na ouvinte	Pleno / alto	Parcial / nulo
Custo dos equipamentos	Muito alto / altíssimo	Pequeno / baixo
Tamanho da população	Pequena / muito pequena	Grande / crescente
Quantidade de acervo especializado disponível no mercado	Limitado	Total (todo o acervo de música gravada)
Participação na atividade do mercado de música gravada	Muito baixo / quase nulo / não computado	Alto / crescente

Comparando o ouvinte audiófilo com o ouvinte de música portátil é possível verificar muitas diferenças com características quase sempre opostas. Enquanto, num ambiente

⁷¹ Existem formatos de arquivo para áudio de alta qualidade com compactação sem perdas que permitem armazenar a gravação com a mesma qualidade das mídias de alta definição, porém a prática da audiofilia está quase restrita ao uso dos suportes físicos.

especialmente projetado com caixas de som posicionadas em posição de destaque, o audiófilo faz da audição musical uma atividade especial na qual está voltada toda sua atenção, por outro lado, o ouvinte de música portátil, com fones de ouvido simplórios, predominantemente utiliza a música no seu cotidiano e em qualquer tipo de ambiente enquanto exerce qualquer outro tipo de atividade na qual sua atenção está dirigida.

Apesar do altíssimo custo de investimento nos equipamentos de som destinados aos audiófilos este mercado não possui uma participação significativa no mercado de música gravada. Além disso, a população de consumidores audiófilos é muito pequena e, dessa forma a quantidade de títulos produzidos para esse mercado é reduzida. Obviamente, existem outros tipos de ouvintes não representados na tabela 4 e que não se encaixam em nenhuma das classificações anteriores compartilhando as características de ambos.

Com o aumento da complexidade dos aparatos foi possível até mesmo criar mecanismos capazes de reproduzir música de forma autônoma e possibilitou um novo paradigma no contato dos homens com a música. Sobre essa questão Adorno revela uma posição bastante negativa em seus textos sobre a questão da reprodutibilidade técnica da música. Para ele a questão da reprodutibilidade técnica, o empobrecimento dos produtos culturais e a destinação à diversão e ao entretenimento representam a negação da arte como esfera de reflexão e do homem como sujeito autônomo e pensante.

Na atualidade, com a redução do custo dos equipamentos eletrônicos, a reprodução técnica de música se torna cada vez mais presente e possibilita uma reprodução de música sem nenhuma dedicação do público no seu processo de escuta. O processo de reprodução autônomo de música gravada muitas vezes está presente em locais públicos como restaurantes, lojas e ruas de pedestres de grandes centros urbanos sem qualquer relação de comprometimento de escuta das pessoas que ali passam. Nesse caso a música é simplesmente consumida e diminuída em seu valor intrínseco, conforme concorda Iazzetta (2001, p. 11).

Com o surgimento das gravações a música se torna quase onipresente. Ela está em todos os lugares. Não precisamos mais ir até ela, pois ela nos circunda enquanto fazemos compras no supermercado, quando ligamos o rádio no carro, ou no momento em que estamos ocupados em alguma tarefa doméstica e ouvimos um disco de modo casual. Ir ao concerto tornou-se um ritual quase esotérico praticado por uma parcela cada vez menor da população. Acontece que nesse cenário a nossa escuta se torna fragmentada e desatenta.

A característica da onipresença na execução de música gravada inevitavelmente faz com as pessoas se relacionem com a música de uma forma ordinária e carente de qualquer forma de atenção. Nos dias de hoje a execução de musica ocorre principalmente de maneira vulgar, praticamente o oposto da tradição exigida na execução de uma obra de arte no qual os músicos e os ouvintes normalmente estão presentes num mesmo ambiente acusticamente adequado, trajando vestes formais, se comportando de acordo com ritual no qual a produção de silêncio e aplausos possuem momentos adequados e dirigidos com a plena atenção à apreciação musical.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A mediação técnica na música tem no mínimo dois efeitos. Alguns compositores aproveitaram os equipamentos de som em conjunto com a inovadora possibilidade de registrá-lo para criar uma nova forma de composição musical fundamentada na música gravada estabelecendo o que conhecemos como música concreta e música eletroacústica. Por outro lado outras pessoas fizeram uso dos mesmos equipamentos de uma forma a gravar a música pré-existente replicando mecanicamente as gravações e as inserindo como um novo produto comercial de entretenimento de massa. Esse último gerou o que conhecemos como indústria fonográfica ou indústria da música que cresceu economicamente ganhando importância e produzindo novos paradigmas de produção musical mediados por uso de equipamentos eletrônicos, interesses econômicos, pelas demandas de outros mercados⁷² e – conforme descrito pela indústria de forma tendenciosa⁷³ – pela demanda do público.

Uma mediação levou à outra. Os equipamentos de registro do som viabilizaram a criação da indústria fonográfica que também estabeleceu um novo meio de produção musical e um mercado de música que aos poucos foi segmentado em função das diversas parcelas de consumidores.

Um dos efeitos mais evidentes da implantação da mediação da indústria fonográfica é o aumento da importância da música popular. Ou ainda, em outras palavras, a música gravada viabilizou uma cultura massificada de consumo que se convencionou chamar de música popular. Diferentemente do conceito anterior à implantação da indústria, a nova música popular é desenvolvida propositalmente para ser consumida como um produto, sua produção prioriza as necessidades de mercado em detrimento das tradições ou culturas locais. Dessa forma a produção de música gravada para propósitos comerciais contém uma característica efêmera incluída. Sua “vida útil” sofre degradação e se esgota como produto proporcionando um novo vazio a ser novamente preenchido com o consumo das novas produções musicais que funcionam da mesma maneira num ciclo ininterrupto do consumo.

A história da evolução técnica dos equipamentos nos possibilita entender alguns dos artifícios mercadológicos da indústria na tentativa de elevar seus lucros com o relançamento

⁷² Demandas de outros mercados como o de trilhas sonoras para o cinema e jogos eletrônicos. As empresas do mercado fonográfico recebem encomendas para produção musical específica de acordo com as necessidades da temática de cada produto.

⁷³ Conforme já exposto no item 2.2 e no item 5.3 a indústria fornece uma imagem controversa de que trabalha em função da demanda autônoma dos consumidores, ao invés disso impõe ao mercado as características que melhor lhes convém como da estética e do nível de elaboração técnico.

de produções fonográficas pré-existentes disponibilizadas em novos suportes muitas vezes incompatíveis com os anteriores, forçando seus consumidores a desembolsar mais dinheiro na atualização do seu equipamento e também na atualização do seu acervo. A implantação no Brasil – ainda que tardia se comparados aos países desenvolvidos – do CD em substituição ao vinil colaborou fortemente para o maior crescimento de vendas da história desse mercado.

Constata-se a aproximação da ordem de produção musical com o sistema de linha de montagem em série iniciado com o Fordismo. A segmentação da produção faz dos profissionais especialistas em pequenas funções que, da mesma forma como engrenagens agrupadas ordenadamente, constituem o funcionamento de todo o processo. Os compositores, letristas, arranjadores, músicos intérpretes, instrumentistas, produtores, técnicos, engenheiros e outros trabalham de modo similar, como se fossem os operários em uma “fábrica de música gravada”. A maior parte do trabalho de cada empregado dessa indústria está fundamentado em padronizações de ordem técnica e praticamente rechaçam todo o processo criativo e artístico oriundo do ócio criativo.

O crescimento da indústria fonográfica está majoritariamente associado ao consumo das gravações de “música de massa”. A música de massa não se refere a uma formação musical quanto menos a características de um gênero musical ou de qualquer aspecto intrinsecamente musicológico, mas sim a um tipo de produto comercial criado estrategicamente para atingir a maior parcela da população consumidora de modo que o lucro financeiro para a indústria é significativamente aumentado, pois esse produto alcança maior grandeza de vendas com apenas o resultado de uma produção que é replicada sucessivamente de forma mecânica. Assim quanto maior o sucesso de vendas de uma gravação menor é seu custo de produção em comparação com seu retorno financeiro. As músicas mais vendidas compõem listas que são conhecidas como “paradas de sucesso” – ou *hit parade*. As empresas do *mainstream* musical frequentemente trabalham para manter-se com produções nestas listas como forma abstrata de disputa da preferência do público. Na verdade, a disputa é basicamente financeira na razão direta entre o consumo e o lucro. Fica evidente que o aumento do lucro financeiro é o principal propósito de qualquer empresa inserida no segmento industrial nos moldes do capitalismo incluindo a produção de música.

Historicamente, a música pode ser utilizada tanto como para fins educacionais como para fins de lazer. A concepção capitalista da indústria fonográfica privilegia a produção de música voltada para o lazer, por isso alguns autores preferem o termo indústria de entretenimento ao invés de indústria cultural. Porém ambas as acepções estão vinculadas uma

vez que o próprio consumo é considerado um aspecto cultural comum nas sociedades capitalistas.

A relação entre arte e sua reprodutibilidade técnica é vastamente debatida desde a criação da Escola de Frankfurt até os dias de hoje. A leitura de Adorno e Benjamin sobre a questão da reprodutibilidade técnica mostra que a cópia de qualquer objeto, por mais tecnicamente fiel que seja, não reproduz suas características originais de obra de arte que a define como tal. A simples popularização retira uma das características intrínsecas que o definem como arte: sua exclusividade. Dessa forma, para Adorno, mesmo a replicação das gravações de obras dos compositores que os tornaram popularmente conhecidos também o integra na cultura popular e o distancia da arte.

A segmentação do consumo do mercado fonográfico pode ser parcialmente justificada por duas razões distintas. Uma delas está relacionada ao gosto do ouvinte, critério básico que o norteia em suas escolhas em meio ao mercado de música gravada e eventualmente compõem sua cultura, seu conhecimento e sua crítica musical. A outra parte dos consumidores não tem fundamentação crítica desenvolvida de modo que suas escolhas não são necessariamente pessoais e autônomas, mas, sim, ditadas pela mediação mercadológica. Esses podem ser considerados efetivamente mais **consumidores** do que ouvintes de música. Sem uma educação musical desenvolvida, tais sujeitos acabam se submetendo a qualquer movimento mercadológico voltado para simples função do consumo, o incluindo-os como parte da massa vulnerável aos modismos dos *hits* que geram os maiores lucros para o setor industrial, como nos casos de promoção mercadológica de uma determinada canção ou gênero musical com obsolescência programada.

Vale ressaltar que os *hits* são uma classe de produtos de destaque no mercado do entretenimento, promovem curtos períodos de renovação dos títulos nas prateleiras das lojas, compartilham a característica de grande sucesso momentâneo e muitas vezes tem a produção dirigida para essa intenção. Dessa forma, está implícita a existência de uma obsolescência programada nas vendas dessas gravações de forma similar aos produtos alimentícios perecíveis: ambos são produzidos para serem consumidos num período limitado. Portanto, nessas condições, o significado do termo **consumo** se estende tanto à venda do produto – o valor de troca – quanto ao seu desgaste – o valor de uso diminui à medida que é, literalmente, consumido.

É importante salientar que nem toda a produção fonográfica é realizada com o objetivo de se tornar um sucesso momentâneo e unicamente destinada para obter grande lucro financeiro. Ou seja, nem toda a mediação tem de ser tendenciosa. A maior parte das

produções musicais nunca alcançaram grandiosos lucros, muitas, inclusive, não são disponibilizadas comercialmente. É possível observar o crescimento de parcelas de músicos que concordam em oferecer gratuitamente algumas gravações em arquivos compactados na internet e até como presentes em CD tanto como uma estratégia de divulgação do seu trabalho quanto uma forma de destacar o valor de uso do produto independente de seu valor de troca.

Talvez numa sociedade ideal e com plena educação musical a indústria fonográfica tal como conhecemos não teria razões para sua existência, pois dessa forma não haveria a necessidade de criação de um meio tão simplificado de execução musical e, portanto, não haveria o consumo desmedido e desprezioso de música independente de sua forma material ou imaterial.

De modo sistemático há uma separação taxonômica nos dois objetos mais básicos do comércio em música, a partitura – assim como os instrumentos musicais – pertence à indústria da música enquanto a música gravada está inserida especificamente na indústria do entretenimento. Em formas materiais, a escrita musical é considerada o primeiro objeto concreto de representação da música, porém suas características são bastante distintas da música gravada. Para o público leigo em música, que não tem educação musical e que não é capaz de ler partituras, a partitura não tem valor de uso. O processo de consumo de partituras só faz sentido para aqueles que conhecem as regras básicas da notação musical viabilizando, assim, seu uso. Já a música gravada apenas requer a aparelhagem necessária para seu acionamento automatizado, o qual inicia sua reprodução autônoma. A música ocorre independente da apreciação e do entendimento dos ouvintes. O valor de uso da música gravada pode se resumir meramente à sua reprodução.

Uma pequena parcela de ouvintes muito especializados, por vezes considerados “amantes da música”, de alguma forma idolatra sua discografia como se seus discos fossem objetos supremos de arte. Essa pequena parcela de consumidores não se importa em desembolsar grandes importâncias em dinheiro na aquisição de equipamentos de som construídos com os componentes mais caros da eletrônica que, em tese, garantiriam melhor fidelidade na reprodução de seus discos e assim proporcionaria ao ouvinte uma maior imersão na apreciação musical. De acordo com Adorno (1983), trata-se na verdade de um comportamento tipicamente fetichista na atribuição ao objeto – a música gravada ou aos equipamentos de som – um significado maior e inquestionável, praticamente dogmático. Os audiófilos constituem um pequeno nicho do mercado fonográfico com pouco relevo na participação dos lucros, haja vista que o mercado produz e disponibiliza um pequeno acervo de gravações com as propriedades da alta fidelidade, criando uma falsa impressão de que os

audiófilos compõem um grupo de seletos apreciadores musicais quando na verdade são atores no mito da alta fidelidade confundindo apreciação musical com supervalorização técnica do som.

A maior parte das empresas que integram as indústrias do segmento cultural, incluindo as fonográficas, demonstram fundamentos tipicamente capitalistas: seu propósito está em obter maior lucro financeiro. Compõem um mercado milionário sedimentado principalmente na venda de poucos títulos multiplicados massivamente por máquinas autônomas a custos extremamente baixos referentes da matéria prima. As grandes empresas de produção musical representadas pelas associações como a ABPD e IFPI parecem se orgulhar em divulgar os números crescentes de vendas de quaisquer formas de música gravada, e reagem de forma alarmante quando algo reduz seus lucros financeiros. O caso da pirataria de música gravada – iniciada com as fitas cassete, fortalecida com o CD e banalizada com a desmaterialização da música gravada nos meios eletrônicos por troca de arquivos via internet – causa enorme preocupação para as grandes produtoras do segmento. No início do século XXI as principais empresas do setor fonográfico uniram suas enormes forças de poder financeiro em diversas tentativas judiciais para impedir a propagação da pirataria no compartilhamento de arquivos via internet que afetavam diretamente seus lucros.

No Brasil, a indústria fonográfica, em meados da década de 1990, gozou de enorme crescimento de vendas de produtos ajudados pela economia brasileira estabilizada, de modo a finalmente alcançar uma espécie de “era de ouro” rapidamente regredida logo na virada do século XX para XXI com a enorme crise do setor no mundo todo. No caso brasileiro, a popularização da venda de CDs piratas foi extensivamente combatida com força de uma CPI foi instaurada para reduzir o déficit de arrecadação de impostos devido aos produtos contrabandeados. Com seu faturamento mundial em queda acentuada e suas tentativas judiciais sem efeito satisfatório a indústria começou a se adaptar e um período de transição na indústria foi iniciado na migração das vendas de música gravada do formato físico para meios virtuais de lojas eletrônicas de música como o iTunes, a transmissão [*broadcasting*] de música sob demanda via rádio digital e televisão à cabo e por satélite e aproveitando do crescimento de novos segmentos que utilizam produção musical como a indústria de jogos eletrônicos. É notório que a indústria está num processo de adaptação à situação de desmaterialização da música gravada e com isso se expande em segmentos industriais vizinhos na tentativa de aproveitar parte de seu crescimento.

Após numerosas fusões de grandes empresas do ramo, o atual cenário da indústria fonográfica mundial tem o mercado segmentado em basicamente dois segmentos. Três

grandiosas produtoras compõem o segmento das *majors* com produções quase sempre milionárias e com facilidade de alcançar o *ranking* das músicas mais vendidas. E o restante de pequenas produtoras independentes fragmentadas, que em alguns casos são chamadas de *indies* ou *homestudios*, com produções diversas majoritariamente de baixos orçamentos.

A recente desmaterialização da música gravada tem causado diversas mudanças de paradigmas tanto no mercado de música quando na cadeia de produção musical tradicional. Para onde vai essa indústria? Falar sobre o futuro da indústria fonográfica é quase o mesmo que cair em conjecturas muito pouco sólidas. Trata-se de um sistema bastante complexo, que envolve muito dinheiro, poder e está dinamicamente influenciado por diversas ordens simultâneas que inviabilizam qualquer esforço assertivo para a resposta à pergunta. De acordo com Herschmann (2010) “o capitalismo está passando por uma profunda crise e rápidas mudanças que exigem mais tempo para que as análises acadêmicas possam ser maturadas.”

De uma forma geral nosso cotidiano está cada vez mais mediado por equipamentos. Os produtos eletrônicos cada vez estão mais presentes no cotidiano das pessoas. Novos equipamentos eletrônicos são desenvolvidos e eventualmente se tornam parte da cultura de uma sociedade. A adoção de máquinas e novos equipamentos caracteriza uma mediação técnica. Como exemplo a comunicação que nos primórdios estava limitada a gestos e voz começa a ser mediada com uso da escrita por meio de cartas e documentos. Com a invenção das telecomunicações, a transmissão de informações por sistemas de rádio, telégrafos e aparelhos telefônicos e mais recentemente com a popularização da internet por meio dos computadores e aparelhos celulares modernos. Dessa forma a comunicação está cada vez mais mediada por equipamentos técnicos e pela indústria das telecomunicações que é necessária para manutenção do sistema e promoção do desenvolvimento técnico. Parece cada vez mais evidente que o avanço das tecnologias patrocinado pelas indústrias conceba inventos e produtos que inseridos com êxito no mercado se estabelecem como mediadores técnicos para diversos tipos de tarefas muito além do campo da música. Aparentemente processos de mediação técnica terão seu desenvolvimento continuado e os ouvintes estarão cada vez mais habituados com a apreciação musical mediada por equipamentos. Em relação à mediação da indústria e do mercado não há indícios sobre o que por vir acontecer. Provavelmente a sobrevivência da mediação pela indústria estará permanentemente vinculada à existência de um público consumidor sem nenhuma crítica musical.

Esse trabalho revela algumas características da mediação da apreciação musical – que se tornou basicamente consumo musical – ao apontar alguns aspectos técnicos e mercadológicos que constituem a indústria fonográfica. Porém, não são respondidas todas as

questões relacionadas. Na verdade, conforme a exploração desse trabalho mais perguntas são criadas do que respondidas. As mediações que interferem na música são múltiplas e se mostram em constante adaptação. A música gravada, os equipamentos de som, o mercado fonográfico e a indústria fonográfica são apenas alguns dos meios aqui parcialmente explorados. Quais serão os outros mediadores na música de hoje e de amanhã? Será mesmo a música uma atividade tipicamente social? É possível considerar que exista alguma forma de arte na produção musical que se fada ao consumo? Estamos predestinados a conviver num sistema no qual é dada mais importância para o **consumo** de música do que a **apreciação** musical propriamente dita?

REFERÊNCIAS

- ACOSTA, Leonardo. **Musica y Descolonizacion**. 2. ed. Havana: Editorial Arte y Literatura. 1982.
- ADORNO, Theodor W. O fetichismo na música e a Regressão da Audição. In: **Textos Escolhidos**. São Paulo: Abril Cultural, 1983. (col. Os pensadores).
- _____. **Minima moralia**. Frankfurt am Main: Suhrkamp. 1987.
- _____. **Introdução à sociologia da música**: doze preleções teóricas. São Paulo: Editora da UNESP, 2009.
- ADORNO, T. W, HORKHEIMER M. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. São Paulo: Editora da UNESP 1997
- AGUIAR, Wisley Francisco. Música e Crítica Social em Adorno. In: **Controvérsia**. v. 4, n. 2, jul-dez 2008 p. 27-38. São Leopoldo: UNISINOS. 2008. Disponível em: <<http://www.controversia.unisinis.br/pdf/92.pdf>> Acesso em: 28/06/2012.
- ARAÚJO, Bráulio Santos Rabelo de. O conceito de Aura, de Walter Benjamin, e a Indústria Cultural. In: **Pós – Revista do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo**. v. 17, n. 28, dez.2008 p. 120-143. São Paulo: LPG-FAUUSP. 2010.
- BANDEIRA, Messias Guimarães. A Economia da Música Online: propriedade e compartilhamento da informação na sociedade contemporânea. In: **Anais do V Encontro Latino de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura**. Salvador: EDUFBA, 2005. Disponível em: <www.gepicc.ufba.br/enlepicc/pdf/MessiasBandeira.pdf>. Acesso em: 24/08/2012
- BENJAMIN, Walter. **A modernidade e os modernos**. 2. ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro. 2000.
- _____. **A obra de arte na era de suas técnicas de reprodução**. In: Textos de Walter Benjamin. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- BOLAÑO, César. GOLIN, Cida. BRITTOS, Valéria (Org.). **Economia da arte e da cultura**. Porto Alegre: PPGCOM/UFRGS; São Cristóvão: Obscom/UFS, 2010.
- BRASIL. Câmara dos Deputados. **Comissão Parlamentar de Inquérito para investigar fatos relacionados à pirataria de produtos industrializados e à sonegação fiscal**. Brasília, 2004.
- CANCLINI, Néstor Garcia. **Culturas híbridas**. São Paulo: Editora da USP, 2008.
- CAMARANO, Ana Amélia. ABRAMOVAY, Ricardo. **Êxodo rural, envelhecimento e masculinização no Brasil**: panorama dos últimos 50 anos. Rio de Janeiro: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 1999.

COELHO, Teixeira. **O que é indústria cultural**. 35. ed. São Paulo: Brasiliense, 1996.

COLARUSSO, Osvaldo. O fim de uma era: novidades no comércio de Cds, livros e partituras. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 7 dez. 2012. Falando de música. Disponível em <<http://www.gazetadopovo.com.br/blog/falando-de-musica/index.phtml?id=1325763&ch=>>>. Acesso em 4/1/2013.

COTTREL, Stephen. Ethnomusicology and the Music Industries: An Overview. In: **Ethnomusicology Forum**, 19: 1, p. 3-25, 2010.

CHION, Michel. **Músicas, media e tecnologias**. Lisboa: Instituto Piaget, 1994.

DELALANDE, François. De uma tecnologia para a outra: cinco aspectos de uma mutação da música e suas consequências estéticas, sociais e pedagógicas. In: **Música e Mídia: novas abordagens sobre a canção**. São Paulo: Via Lettera, 2007.

DELMIRO-SILVA, Edison. Origem e desenvolvimento da indústria fonográfica brasileira. In: **XXIV Congresso Brasileiro de Comunicação**, Setembro/2001, Campo Grande: Intercom, 2001.

DIAS, Marcia Tosta. **Os donos da voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura**. 2. ed. São Paulo: Boitempo, 2008.

DOTTORI, Maurício. De Gêneros, de Macacos, e do Ensino da Composição Musical. In: Illari, Beatriz (org.) **Em busca da mente musical: ensaios sobre os processos cognitivos em música – da percepção à produção**. Curitiba: Editora da UFPR, 2006.

DUARTE, Rodrigo. **Teoria crítica da indústria cultural**. Belo Horizonte: Editora da UFMG/Humanitas, 2003.

FAJNZYLBER, Fernando. Industrialização na América Latina: da “caixa negra” à “caixa postal vazia”. Tradução de Luiz Carlos Bresser Pereira. In: **Revista de Economia Política**, vol. 12, n. 4 (48), Outubro-Dezembro. São Paulo: Editora 34, 1992.

FENERICK, J. A. Vanguarda Paulista: apontamentos para uma crítica musical. In: **Revista de História e Estudos Culturais**, Abril/Maio/Junho de 2007, v. 4, p. 1-21, 2007. Disponível em: <<http://www.revistafenix.pro.br/>>. Acesso em: 28/05/2012.

FERREIRA, Luzia Aparecida. **Políticas públicas para a cultura na cidade de São Paulo: a Secretaria Municipal de Cultura: teoria e prática**. 2006. Tese (Doutorado em Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27134/tde-28112006-193714/>>. Acesso em: 08/04/2012.

FRANÇA. **Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão**. [1789]. Disponível em: <[>](http://pfdc.pgr.mpf.gov.br/atuacao-e-conteudos-de-apoio/legislacao/direitos-humanos/declar_dir_homem_cidadao.pdf). Acesso em: 09/07/2012.

FRITH, Simon. Art versus technology: the strange case of popular music. **Media, Culture and Society**, 263-79. 1986.

GUERRINI, Irineu Jr, VICENTE, Eduardo (Org.). **Na trilha do disco**: relatos sobre a indústria fonográfica no Brasil. E-book. Rio de Janeiro: E-papers, 2010. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/51595885/Na-Trilha-do-Disco>>. Acesso em: 27/01/2012.

HENNION, Antonie. **La pasión musical**. Barcelona: Paidós Iberica. 2002.

HERSCHMANN, Micael. **Indústria da música em transição**. São Paulo: Estação das Letras e Cores. 2009.

HIGGINS, Scott, ROSS, Sara. In: **Cinema Journal**. v. 47, n. 4 (Summer, 2008), p. 164-178 Published by: University of Texas Press on behalf of the Society for Cinema & Media Studies, 2008. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/20484423>>. Acesso em: 28/01/2012.

HIKIJ, Rose Satiko Gitirana. Música para matar o tempo: intervalo, suspensão e imersão. In: **Mana**, Abr 2006, vol.12 n. 1, p. 151-178, 2006

IAZZETTA, Fernando. **Música e Mediação Tecnológica**. São Paulo: Perspectiva: Fapesp, 2009.

_____. O que é música (hoje). In: **Anais do I Fórum Catarinense de Musicoterapia**. 31/08 e 01/09 de 2001, pp. 5 – 14, Florianópolis: Associação Catarinense de Musicoterapia, 2001. Disponível em: <<http://www.eca.usp.br/prof/iazzetta/papers/forum2001.pdf>> Acesso em: 08/07/2012.

IKEDA, Alberto T. **Música política**: imanência social. Tese (Doutorado em Comunicações) – Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, 1995 313 f.

_____. Pesquisa em música popular urbana no Brasil: entre o intrínseco e o extrínseco. In: **Actas del II Congreso Latinoamericano IASPM**. Bogotá. 2000.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KERMAN, Joseph. **Musicology**. Tradução de Álvaro Cabral. São Paulo: M. Fontes, 1985.

LEMO, A. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1999.

LOPES, Paul D. Innovation and diversity in the popular music industry, 1969 to 1990. In: **American Sociological Review**, 1992. v. 57 (February: 56-71). Washington: ASR Media and Press, 1992.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2009.

MAUDDA, Paolo. When materiality ‘bites back’: Digital music consumption practices in the age of dematerialization. In: **Journal of Consumer Culture**, vol. 11, n. 1, p. 15-36, março de 2011. Urbana: SAGE Publications, 2011.

MEYER, E. Brad. MORAN, David R. Audibility of a CD-Standard A/D/A Loop Inserted into High-Resolution Audio Playback. In: **Journal of Audio Engineering Society** (JAES) Setembro de 2007 vol. 55 n. 9, p. 775-779, Lincoln: Boston Audio Society, 2007. Disponível em: <<http://www.aes.org/e-lib/browse.cfm?elib=14195>> Acesso em: 22/08/2012.

MERRIAM, A. P. **The anthropology of music**. Evanston: Northwestern University Press, 1964.

MILLARD, Andre J. **America on record: A History of Recorded Sound**. 1. ed. Cambridge: Cambridge University Press, 1995.

MORELLI, R. C. L. **Indústria Fonográfica: um estudo antropológico**. 2. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2009.

MORTON, David. **Off the Record: the technology and culture of sound recording in America**. Piscataway: Rutgers University Press, 2000.

MOTTA, Nelson. **Noites Tropicais**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 2000.

MUKUNA, Kazadi wa. Sobre a busca da verdade na Etnomusicologia. In: **Revista USP**, mar./abr./maio de 2008, Coordenadoria de Comunicação Social (CCS) da Universidade de São Paulo, CCS-USP: São Paulo, p. 12-23, 2008.

NETTL, B. **Music in primitive culture**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1956.

NAPOLITANO, Marcos. **Seguindo a canção: engajamento político e indústria cultural na MPB (1959/1969)**. São Paulo: Anna Blume/FAPESP, 2001. v. 1.

_____. “Já temos um passado”: 40 anos do LP “Chega de Saudade”. In: **Latin American Music Review / Revista de Música Latinoamericana** vol. 21, n. 1 University of Texas: Austin, pp. 59-65, 2000.

_____. **História e Música**. Belo Horizonte: Autêntica, 2002a.

_____. Música Popular Brasileira nos anos 70: entre a resistência política e o consumo cultural. In: **Anais do V Congresso da IASPM-AL**, 2002, México. Actas del V Congreso. Chile: IASPM, 2002b.

OCHOA, Ana María. **Musicas locales em tiempos de globalización**. Buenos Aires: Grupos Editoras Normas, 2003.

LONGHURST, Brian. **Popular Music and Society**. Cambridge: Polity Press, 2007.

LOPES, Paul D. Innovation and Diversity in the Popular Music Industry, 1969 to 1990. In: **American Sociological Review**. vol. 57, n. 1 (Fev. 1992). p. 56-71, 1992.

PAIANO, Enor. **O berimbau e o som universal**: lutas culturais e indústria fonográfica nos anos 60. Dissertação de Mestrado não publicada. São Paulo, ECA/USP, 1994.

PAIVA, José Eduardo Ribeiro de. Os Mutantes: Hibridismo Tecnológico Na Música Popular Brasileira dos Anos 60/70. In: **Anais do VII Congresso da IASPM-AL**, Havana, 2006. Disponível em: <<http://www.hist.puc.cl/iaspm/lahabana/articulosPDF/JoseRibeiroPaiva.pdf>>. Acesso em: 21/04/2012.

_____. Vacinado com agulha de vitrola: os anos dourados da Gravadora RGE. In: **Na trilha do disco**: relatos sobre a indústria fonográfica no Brasil. E-book. p. 9-22. Rio de Janeiro: E-papers. 2010. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/51595885/Na-Trilha-do-Disco>>. Acesso em: 21/04/2012.

_____. Direito autoral, MP3 e a nova indústria da música. In: **Revista LOGOS**. vol. 18, n. 2, (2011). p. 31-42. Rio de Janeiro: UERJ. 2011. Disponível em: <<http://ensaios.musicodobrasil.com.br/eduardovisconti-a-trajetoria-da-guitarra-eletrica-no-brasil.pdf>>. Acesso em: 25/04/2012.

PAIXÃO, Lucas Françaolin da. Padrões de compactação de áudio. **Trabalho de graduação**. (graduação em Produção Sonora) – Departamento de Artes, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2009. Disponível em: <pt.scribd.com/doc/38343630/Padroes-de-compactacao-de-audio>. Acesso em: 14/08/2011.

PITRE-VÁSQUEZ, Edwin Ricardo. Ciberespaço e a Distribuição de Música no Brasil. In: **Congresso Internacional de Arte e Novas Tecnologias**. São Paulo: Congresso Internacional de Arte e Novas Tecnologias. 2007.

RICARDO, M. de Maya. Indústria fonográfica no RS: um futuro possível. In: **Revista FAMECOS**, n. 9, dezembro de 1998, Porto Alegre: EdIPUCRS.

TINHORÃO, José Ramos. **Música Popular**: Um Tema em Debate. 3.^a ed. São Paulo: Ed. 34, 1997.

TROTTA, Felipe. Música e mercado: a força das classificações. In: **Contemporanea** Revista e Comunicação e Cultura Journal of Communication and Culture. Vol. 3, n. 2, p. 181-195. Julho/Dezembro 2005. Salvador: UFBA, 2005.

VARGAS, Herom. Condições e contexto midiático do experimentalismo na MPB dos anos 1970. In: **Intertexto**, v. 2, n. 23, p. 87-102 julho/dezembro 2010. Porto Alegre: UFRGS, 2010.

VICENTE, Eduardo. Música e disco no Brasil: A trajetória da indústria nas décadas de 80 e 90. 349 f. **Tese** (Doutorado em Comunicações) – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 2002.

_____. Organização, crescimento e crise: a indústria fonográfica brasileira nas décadas de 60 e 70. In: **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**, vol. VIII, n. 3, sep – dic. 2006. Sergipe: Universidade Federal de Sergipe, 2006. Disponível em: <<http://www.eptic.com.br>>. Acesso em: 18/08/12.

_____. A questão dos suportes na Indústria Musical. In: **XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 4 a 7 de setembro de 2009. Curitiba, RS. **Anais**. Curitiba: Intercom, 2009.

_____. Chantecler: Uma Gravadora Popular Paulista. In: **XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 3 a 6 de setembro de 2010. Caxias do Sul, RS. **Anais**. São Paulo: Intercom, 2010.

_____. A Produção Fonográfica Brasileira nas décadas de 80 E 90: uma análise do impacto da inovação tecnológica e da globalização sobre os rumos da produção musical recente do país. Disponível em: <<http://www.bv.fapesp.br/pt/bolsas/91938/producao-fonografica-brasileira-nas-decadas/>>. Acesso em: 14/08/11.

_____. Evolução e desenvolvimento das indústrias de conteúdo: uma análise da indústria fonográfica. Disponível em: <<http://www.bv.fapesp.br/pt/projetos-regulares/29705/evolucao-desenvolvimento-industrias-conteudo-analise/>>. Acesso em: 14/08/11.

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

ACOSTA, Leonardo. **Musica y Descolonizacion**. 2. ed. Havana: Editorial Arte y Literatura. 1982.

Livro no qual o autor é enfático sobre a visão imperialista dos Estados Unidos (nas palavras do autor dos *yanquis*) quanto ao modo como foi importado o sistema capitalista na América Latina e suas implicações na música que foi “colonizada” no sentido mais negativo da palavra no qual o colono explora o colonizado retirando dele suas riquezas. Para o autor a música da América Latina foi colonizada de acordo com o modelo capitalista-imperialista dos ianques, na qual a música é produzida e preparada para ser vendida como produto no mercado.

ADORNO, T. W, HORKHEIMER M. **Dialética do esclarecimento**: Fragmentos filosóficos. Tradução Guido de Almeida. 303 p. 1997.

Primeira publicação a fazer uso do conceito indústria cultural. Os trabalhos da escola de Frankfurt são considerados base para estudo crítico da transformação da obra de arte num produto comercial utilitário.

ADORNO, T. W. **Minima moralia**. Frankfurt am Main: Suhrkamp. 1987.

Trata-se de uma espécie de coleção de pequenos textos com diversos fragmentos filosóficos que explicam de forma crítica o que chama de “mundo administrado”, ou seja, inúmeros dos problemas que atormentam o ser humano e são explicados por diversas temas: cultura, conhecimento, ética, estética, sociedade e psicologia.

ARAÚJO, Bráulio Santos Rabelo de. O conceito de Aura, de Walter Benjamin, e a Indústria Cultural. In: **Pós** – Revista do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo. v. 17 n. 28 Dezembro-2008 p. 120 – 143. São Paulo: LPG-FAUUSP. 2010.

Artigo que trata sobre o texto de Walter Benjamin “A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica” em confronto direto com o texto de Adorno e Horkheimer “A indústria cultural: O esclarecimento como mistificação das massas”. Analisa a tese de superação do conceito de aura na reprodutibilidade técnica e apresenta uma reflexão a respeito dos impactos da Internet e das tecnologias digitais sobre a produção cultural contemporânea.

BOLAÑO, César. GOLIN, Cida. BRITTOS, Valéria (Org.) **Economia da arte e da cultura**. 237 p. Porto Alegre: PPGCOM/UFRGS; São Cristóvão: Obscom/UFS, 2010.

Nessa reunião de artigos é tratado sobre a questão da economia na indústria cultural, mercado de arte de forma acadêmica. Contém informações estatísticas sobre o comércio de discos no Brasil e faz um paralelo entre a política, economia e indústria no Brasil.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Comissão Parlamentar de Inquérito para investigar fatos relacionados à pirataria de produtos industrializados e à sonegação fiscal**. Brasília, 2004.

Relatório da “CPI da pirataria” que investigou a venda ilegal de diversos produtos industrializados contrabandeados no Brasil. No capítulo IV “Indústria fonográfica e cinematográfica” está toda a descrição da investigação sobre a pirataria desde o processo de entrada ilegal de CDs virgens e seus copiadores, números sobre o desfalque na arrecadação de impostos, os efeitos nas empresas vinculadas à indústria fonográfica local e informações sobre as operações de apreensão dos produtos e do chinês naturalizado brasileiro Law Kin Chong.

CAMARANO, Ana Amélia. ABRAMOVAY, Ricardo. **Êxodo rural, envelhecimento e masculinização no Brasil**: panorama dos últimos 50 anos. Rio de Janeiro: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 1999.

Texto que contém uma análise de uma grande quantidade de relatórios dos censos produzidos pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) no Brasil até sua data de publicação. O foco desse texto está na “desruralização” da popularização brasileira de acordo com cada macro região geográfica e expectativa de vida de acordo com cada gênero

COLARUSSO, Osvaldo. O fim de uma era: novidades no comércio de CDs, livros e partituras. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 7 dez. 2012. Falando de música. Disponível em <<http://www.gazetadopovo.com.br/blog/falando-de-musica/index.phtml?id=1325763&ch=>>>. Acesso em 4/1/2013.

Matéria publicada em jornal pelo Maestro Osvaldo Colarusso sobre a tendência mundial de fechamento das lojas especializadas em comércio de música em produtos como discos, livros e partituras. O autor ainda faz um breve levantamento sobre as páginas da internet e de novas lojas virtuais que suplantam parcialmente a lacuna referente ao acervo das lojas especializadas que não mais existem.

HENNION, Antonie. **La pasión musical**. Barcelona: Paidós Iberica. 2002.

Nesse livro o autor faz uma abordagem da história da música com uma visão mais focada no ouvinte de música do que nos compositores. Além disso, estabelece uma relação sobre os modelos da historiografia musical em relação com a historiografia da arte e demonstra que a historiografia musical tem os paradigmas “importados” da arte, no entanto como há diferenças entre os objetos da arte e da música, o estudo da música se mostra vulnerável apontando diversos problemas metodológicos.

IAZZETTA, Fernando. **Música e Mediação Tecnológica**. 228 p. São Paulo: Perspectiva: Fapesp, 2009.

Nesse livro é possível encontrar diversas informações que relacionam a economia e a indústria cultural no Brasil incluindo uma comparação entre os diversos planos de governo recentes.

FAJNZYLBBER, Fernando. Industrialização na América Latina: da “caixa negra” à “caixa postal vazia”. Tradução de Luiz Carlos Bresser Pereira. In: **Revista de Economia Política**. vol. 12, n. 4 (48), outubro-dezembro. São Paulo: Editora 34, 1992.

Esse artigo descreve brevemente o processo de industrialização na América Latina, aponta sobre a dificuldade de absorver e incorporar criativamente o progresso técnico e sobre a questão das transformações tecnológicas internacionais e suas implicações para a América Latina.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Título original: *Convergence culture*. Tradução de Susana Alexandria. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

Nesse livro existe uma coleção de textos que tratam especificamente sobre as novas mídias, os autores enfatizam a ideia da interatividade (da participação ativa) com o consumidor principalmente com o surgimento da internet e dos aparelhos portáteis conectados à rede. As opiniões expostas nesse livro são muito controversas com afirmações como “A indústria fonográfica morreu” (p. 10). O contexto tratado nesse livro é na América do Norte e parece antecipar uma espécie de revolução inevitável e faz uso de um vocabulário um tanto comercial.

IKEDA, Alberto T. Pesquisa em música popular urbana no Brasil: entre o intrínseco e o extrínseco. In: **Actas del II Congreso Latinoamericano IASPM**. Bogotá. 2000.

Nesta comunicação o autor expõe informações sobre a pequena quantidade de pesquisas acadêmicas relacionadas à música popular urbana no Brasil e mesmo entre nas poucas pesquisas existentes não são tratados especificamente os conhecimentos “técnico-musicais”, são majoritariamente descritos e analisados as questões focadas nas áreas de antropologia, sociologia, comunicação dentre outras.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

Livro fundamental para estudo da questão das mediações na América latina, conceitos de sociedade de massa, comunicação e cultura. O autor ainda rebate a ideia purista e dualista da Escola de Frankfurt e põe as idéias de Adorno contra as ideias de Benjamin.

MEYER, E. Brad. MORAN, David R. Audibility of a CD-Standard A/D/A Loop Inserted into High-Resolution Audio Playback. In: **Journal of Audio Engineering Society** (JAES)

Setembro de 2007 vol. 55 n. 9, p. 775-779, Lincon: Boston Audio Society, 2007. Disponível em: <<http://www.aes.org/e-lib/browse.cfm?elib=14195>> Acesso em: 22/08/2012.

Esse artigo reporta o método e resultados dos testes cegos feitos para verificar a capacidade de percepção humana entre gravações em suportes de alta fidelidade como o DVD-A e o SACD. Os resultados mostraram números de acerto abaixo da metade, isso se aproxima da probabilidade de acerto de pessoas que estão escolhendo qualquer uma das alternativas, mostrando que provavelmente os formatos de registro do som alcançaram níveis superiores a capacidade de audição humana.

MILLARD, Andre J. **America on record: A History of Recorded of Sound**. 1. ed. Cambridge: Cambridge University Press, 1995.

Esse é um dos livros no qual se pauta a maior parte do estudo sobre a história do registro do som utilizado nesse trabalho. O autor escreveu uma grande quantidade de informações detalhadas sobre o processo de evolução da gravação do som desde os primórdios com os experimentos de Martinville e Edison até os mais recentes formatos digitais.

MOTTA, Nelson. **Noites Tropicais**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 2000.

Livro que contém uma narrativa em forma irreverente e pessoal do autor sobre a música popular brasileira no Rio de Janeiro e em São Paulo, praticamente um livro de anedotas que traça uma visão parcial da história sempre com suas opiniões bem definidas além de assuntos diretamente correlacionados à trajetória de alguns dos músicos e compositores nas décadas de 1960 até 1990

OCHOA, Ana María. **Musicas locales em tiempos de globalización**. Buenos Aires: Grupos Editoras Normas, 2003.

Nesse livro a autora faz uma descrição sobre o problema da apropriação da música de comunidades locais tais como músicas dos grupos folclóricos, de grupos aborígenes e de comunidades indígenas principalmente realizado pelas grandes companhias de produção fonográfica transnacionais (as majors) gravando, produzindo suas músicas e as disponibilizando no mercado internacional na categoria comercial de world music.

TINHORÃO, José Ramos. **Música Popular: Um Tema em Debate**. 3. ed. São Paulo: Ed. 34, 1997.

Nesse livro o autor trata da polêmica da criação da Bossa Nova – o *brazilian jazz*. Há uma identificação entre “evolução do samba” e sua aceitação social principalmente com a interferência entre o Choro e o Jazz trazido pela corrente de músicos brasileiros que conviveram com músicos norte-americanos como Johnny Alf, Tom Jobim e Sérgio Mendes. Há uma afirmação contundente sobre a interferência do começo da indústria da música na música popular tocada no Rio de Janeiro na era pré-industrial: os músicos chorões que se apresentavam em festas com tradição de fartura de comidas e bebidas quase deixaram de existir com a chegada do rádio. Alguns se adaptaram aos novos estilos e se tornaram

funcionários de acordo com o mercado de música e outros aposentaram seus instrumentos musicais.

TROTTA, Felipe. Música e mercado: a força das classificações. In: **Contemporanea** Revista e Comunicação e Cultura Journal of Communication and Culture. Vol. 3, n. 2, p. 181-195. Julho/Dezembro 2005. Salvador: UFBA, 2005.

Nesse artigo o autor descreve sobre o modelo de taxonomia feito pelo mercado de música (e não pela musicologia), suas classificações, hierarquias. A forma como é feita a distribuição de música gravada e a constatação de que o mercado brasileiro contém majoritariamente títulos internacionais do que nacionais disponíveis nas lojas do varejo.

VICENTE, Eduardo. Música e disco no Brasil: A trajetória da indústria nas décadas de 80 e 90. 349 f. **Tese** (Doutorado em Comunicações) – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 2002.

Nessa tese é descrito sobre a evolução da indústria e do mercado de música no Brasil. O autor estabelece uma articulação entre a produção musical então desenvolvida e as condições materiais predominantes. Ainda estão reportados vários dos cenários de crise do mercado fonográfico brasileiro em cada época.

GLOSSÁRIO

AAC	<i>Advanced Audio Coding</i> , arquivo de compactação de áudio com compactação similar ao MP3, foi desenvolvido com suporte ao DRM.
ABPD	Associação Brasileira dos Produtores de Disco, associação fundada em 1958 é filiada a RIAA norte-americana e designa funções similares a esta no Brasil.
AI-5	Ato Institucional n.º 5 (Brasil, vigente no período de 13/12/1968 até 13/10/1978) suspendeu os direitos políticos e proibiu qualquer atividade ou manifestação sobre a política.
Alto-falante	ver transdutor
Audiofilia	prática de consumo de equipamentos de som <i>Hi-fi</i> ou <i>Hi-end</i> formado por entusiastas do segmento do áudio que se dispõem a investir muito dinheiro em equipamentos de som. Ver fetichização.
Blu-ray	nome comercial do disco ótico similar ao DVD, porém com maior capacidade de armazenamento, seu desenvolvimento ocorreu no início dos anos 2000.
<i>Big Four</i>	termo utilizado para descrever os 4 principais grupos que concentram a maior parte da produção fonográfica mundial: EMI, Sony, Universal e Warner. Em 2011 a EMI foi incorporada à Universal e à Sony.
CD	<i>Compact Disc</i> , disco ótico de 12 centímetros desenvolvido em parceria das empresas Philips e Sony na década de 1970, foi a primeira mídia que popularizou a venda de música em áudio digital.
Código binário	sistema de numeração com dois valores: 0 e 1, o código binário é utilizado por todos sistemas digitais em agrupamentos de 4, 8, 16, 32, 64 ou 128 bits, a ordem agrupamento representa um tipo de informação.
Compacto	em inglês <i>single</i> , nome comercial para o formato de gravação, normalmente comercializado com 2 canções sendo a que a registrada no "lado A" é considerada como mais importante.
Copyright ©	<i>"holds the right to copy"</i> , termo jurídico norte-americano relativo ao direito exclusivo de cópia de qualquer produto com patente registrada. No Brasil ver direito autoral.
CPI	Comissão Parlamentar de Inquérito, constituída pelo Poder Legislativo (câmara dos deputados) para investigações sobre denúncias de irregularidades.
Dinâmica musical	relação entre sons fortes (grande amplitude) e fracos (pequena amplitude). A dinâmica musical é representada nas partituras com os termos <i>forte</i> , <i>piano</i> e suas variantes.

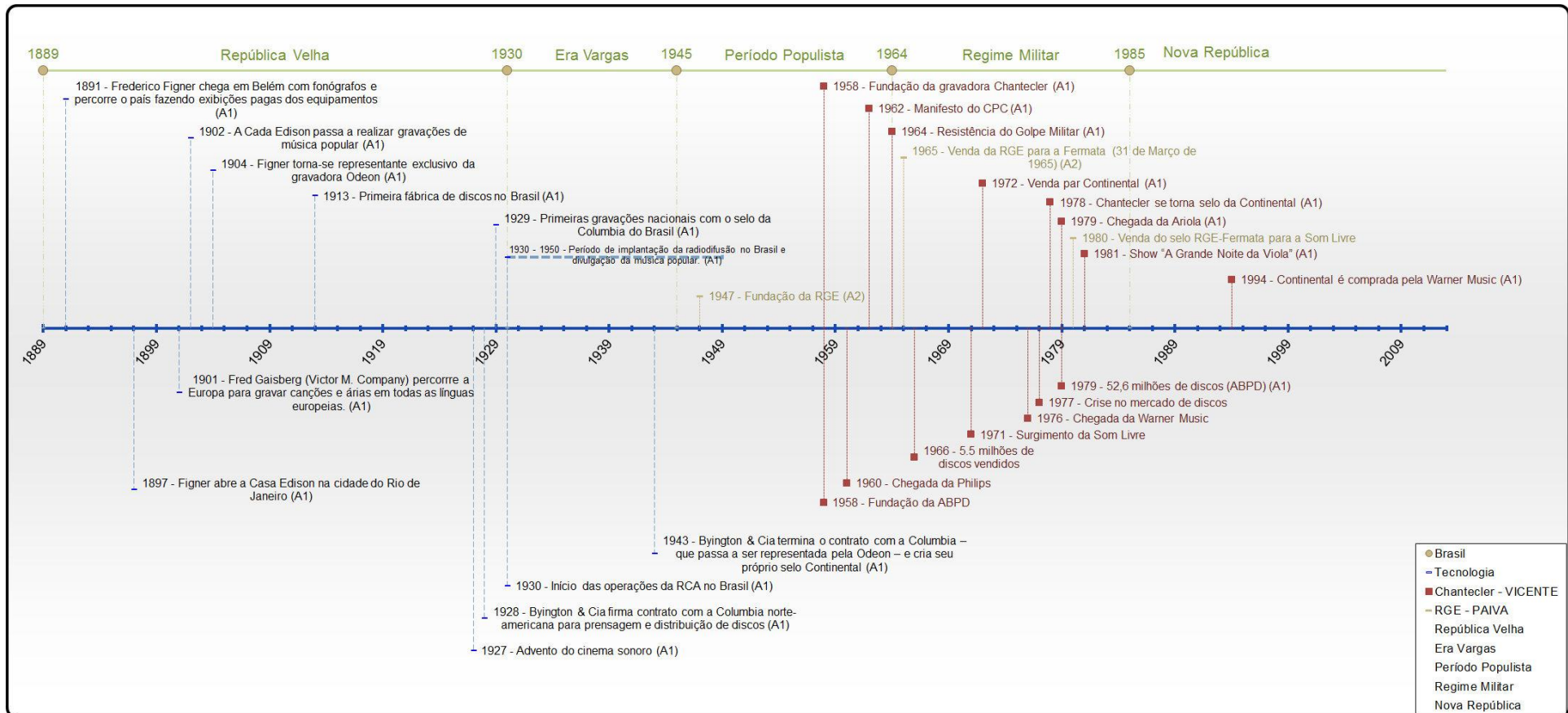
Direito autoral	termo jurídico brasileiro relativo à propriedade intelectual. Na música gravada esse instrumento jurídico impede de cópia de gravações sem pagamento aos autores. Ver ECAD.
Disco rígido	em inglês <i>Hard Disc Drive</i> , mídia magnética presente na maioria dos computadores para armazenamento das informações em formato digital.
DOPS	Departamento de Ordem Política e Social criado em 1924 para controlar qualquer manifestação contrária ao regime de poder vigente se tornou temido por compositores no período militar devido às práticas de tortura.
DRM	<i>Digital Rights Management</i> , sistema de controle de cópia de arquivos de mídia digital criado como forma técnica de impedir o compartilhamento livre de conteúdo multimídia com direitos autorais reservados.
DVD	nome comercial do disco ótico similar ao CD, porém com maior capacidade, criado principalmente para o registro de vídeo em formato digital, foi lançado comercialmente em 1995.
ECAD	Escritório Central de Arrecadação e Distribuição, empresa privada responsável pela arrecadação e distribuição dos direitos autorais da execução pública de música nacional e internacional no Brasil.
EP	nome comercial do produto de música com poucas gravações em formato vinil ou CD.
Estereofonia	<i>Stereo</i> , padronização técnica de gravações de música com dois canais distintos que reproduzidos simultaneamente por dois alto falantes espaçados mantém características de tridimensionalidade do som.
Fita cassete	mídia criada para gravação de áudio doméstico na década de 1960 que foi sucessivamente melhorado passando a integrar-se como um formato utilizados pela indústria para venda das gravações.
HDD	ver disco rígido
Hi-end	<i>High-end</i> , similar ao Hi-fi. Termo aplicado aos aparelhos de som no qual todos os componentes eletrônicos são considerados de alta qualidade. Ver audiofilia
Hi-fi	<i>High fidelity</i> , termo comercial aplicados a gravações de música e aparelhos de som que teoricamente reproduzem o som das mídias vinil com a grande fidelidade acústica do som registrado.
ICM	Imposto brasileiro sobre operações relativas às Circulação de Mercadorias criado em 1967, após a promulgação da constituição de 1988 foi chamado de ICMS (incluindo Serviços).
IFPI	<i>International Federation of Phonographic Industries</i> , órgão que representa juridicamente as causas legais das grandes empresas que compõem a indústria fonográfica como no caso do combate à pirataria.

iPod	nome comercial do reproduutor de arquivos de áudio digital com compactação de dados da Apple lançado em 2001 que popularizou o consumo de música em formatos de arquivos como o MP3 e o AAC
LP	<i>Long Play</i> , nome comercial do formato de disco de vinil de 12 polegadas e 33 rotações com capacidade para registrar pouco mais de 20 minutos por lado.
<i>Majors</i>	(inglês) termo usado no mercado fonográfico para designar os principais grupos de empresas que atuam com produções musicais. Ver <i>Big Four</i> .
Microfone	ver transdutor
MP3	arquivo de áudio digital com compactação de dados desenvolvido pelo Instituto Fraunhofer que se tornou conhecido com as redes de compartilhamento de arquivos via internet.
Napster	Popular programa de computador no começo dos anos 2000 que utilizava redes P2P para viabilizar tecnicamente o compartilhamento livre de arquivos via internet sem a necessidade de pagamento de direito autoral.
P2P	<i>Peer-to-peer</i> , arquitetura de redes de computador descentralizada que possibilita a transmissão de informações entre diversos computadores acessando a internet sem a necessidade de um servidor como mediador.
PCM	<i>Pulse Code Modulation</i> , a modulação por código de pulsos foi o primeiro sistema padrão de representação digital do sinal de áudio que é utilizado em diversos formatos como o CD e o DVD.
RIAA	<i>Recording Industry Association of America</i> , associação das principais gravadoras norte americanas. Promove representação legal, premiações por grandes vendas e informações estatísticas sobre o consumo nos EUA.
SSD	<i>Solid State Drive</i> , mídia eletrônica de armazenamento de informações digitais que deve substituir o disco rígido na maioria dos computadores portáteis.
Tessitura musical	relação de grandeza que vai das notas mais baixas (frequências graves) até altas (frequências agudas) que um instrumento musical é capaz de produzir.
Textura musical	característica do timbre produzido por um ou mais instrumentos musicais que soam em conjunto e sua integração com a acústica local.
Transdutor (áudio)	nome técnico de equipamentos que convertem sinal mecânico em sinal elétrico e vice-versa como alto-falantes, microfones, agulhas de disco de vinil e captadores de guitarra elétrica.

APÊNDICES

APÊNDICE A

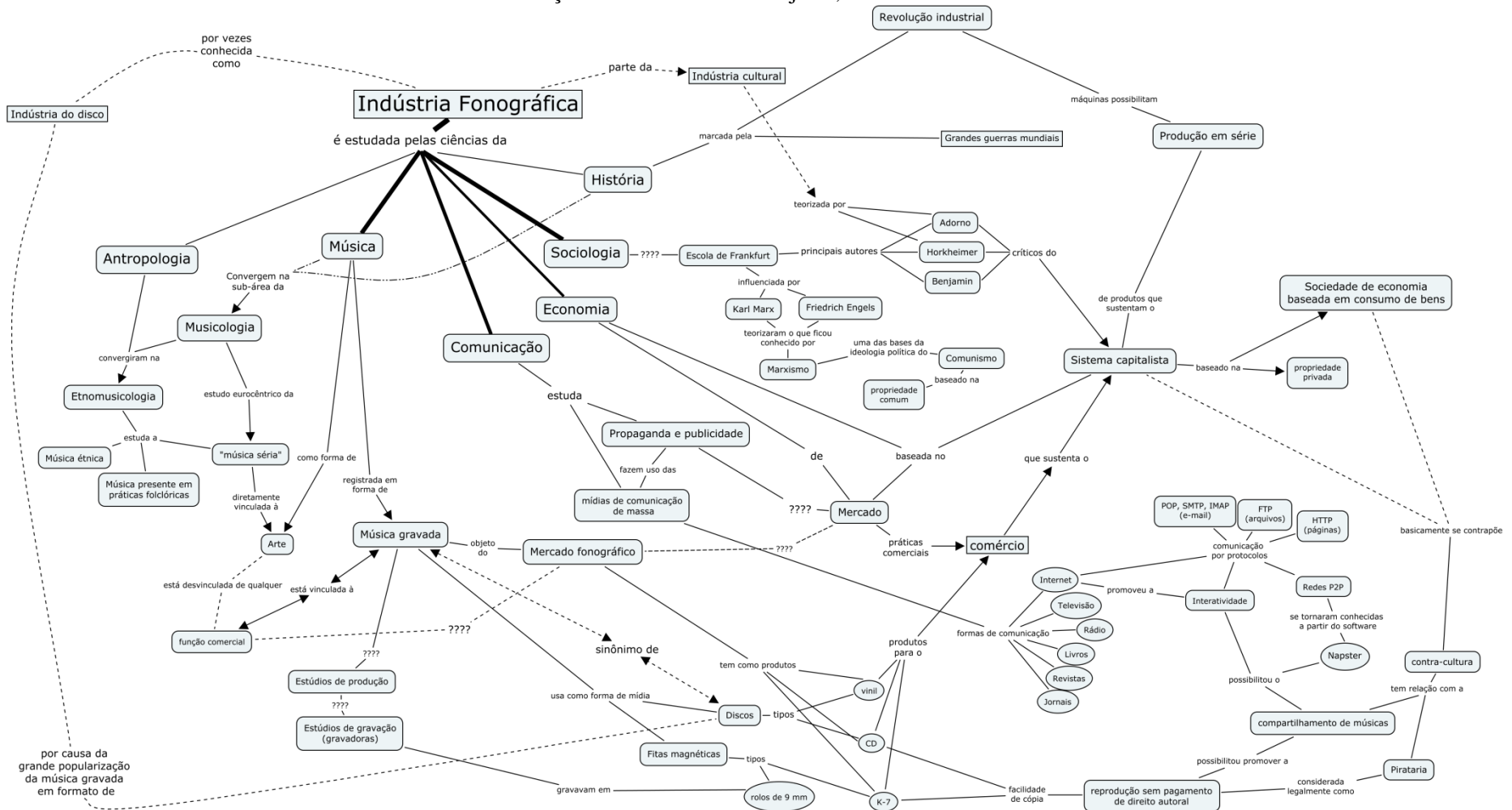
Linha do tempo reunindo vários fatos históricos interessantes ao tema como os processos de criação e fusão das gravadoras.



Melhor visualizado em formato eletrônico (cores e alta resolução)

APÊNDICE B

Diagrama que esboça as relações entre a indústria fonográfica com as grandes áreas de conhecimento e suas inter-relações entre os diversos objetos, atores e teorias abordados nesse trabalho



Melhor visualizado em formato eletrônico (alta resolução)

ANEXOS

ANEXO I

Informações reunidas sobre vendas de produtos fonográficos no mercado brasileiro de 1966 até 2011 de acordo com os relatórios anuais publicados pela ABPD. Os números estão expressos em milhões de unidades e discriminam os formatos físicos: compacto simples, compacto duplo, vinil *Long Play*, vinil *Long Play* econômico, cassete, cassete duplo, CD, CD *single* e DVD e Blu-Ray.

ANO	Compacto simples	Compacto duplo	LP	LP econômico	Cassete	Cassete duplo	CD	CD single	DVD e Blu-ray	Total de unidades físicas	variação*	Mídias digitais**
1966	3,6	1,5	3,8	-	-	-	-	-		8,90		-
1967	4	1,7	4,5	-	-	-	-	-		10,20	14,6%	-
1968	5,4	2,4	6,9	-	0,02	-	-	-		14,72	44,3%	-
1969	6,7	2,3	6,7	-	0,09	-	-	-		15,79	7,3%	-
1970	7,4	2,1	7,3	-	0,2	-	-	-		17,00	7,7%	-
1971	8,6	2,8	8,7	-	0,5	-	-	-		20,60	21,2%	-
1972	9,9	2,6	11,6	-	1	-	-	-		25,10	21,8%	-
1973	10,1	3,2	15,3	-	1,9	-	-	-		30,50	21,5%	-
1974	8,3	3,6	16,2	-	2,9	0,03	-	-		31,03	1,7%	-
1975	8,1	5,0	17	-	4	0,08	-	-		34,18	10,2%	-
1976	10,3	7,1	24,5	-	6,5	0,1	-	-		48,50	41,9%	-
1977	8,8	7,2	19,8	8,4	7,3	0,1	-	-		51,60	6,4%	-
1978	11	5,9	23,8	10,1	8	0,2	-	-		59,00	14,3%	-
1979	12,6	4,8	26,3	12	8,3	0,2	-	-		64,20	8,8%	-
1980	11,2	4,0	23,8	10,8	7,1	0,2	-	-		57,10	-11,1%	-
1981	6,9	2,4	17,6	10,6	5,8	0,06	-	-		43,36	-24,1%	-
1982	8,8	2,3	26,9	13,1	9	0,1	-	-		60,20	38,8%	-
1983	6,4	1,3	24,4	11,9	8,5	0,4	-	-		52,90	-12,1%	-
1984	4,7	1,2	20,3	10,2	7,5	0,02	-	-		43,92	-17,0%	-
1985	2,6	1,7	22,4	10,1	8,4	0,01	-	-		45,21	2,9%	-
1986	1,6	0,5	33,4	22,9	15,9	0,01	-	-		74,31	64,4%	-
1987	0,3	0,2	41,8	13,4	17,1	0,1	0,2	-		73,10	-1,6%	-
1988	0,01	0,1	34,9	7,8	12,5	0,1	0,7	-		56,11	-23,2%	-
1989	-	0,07	48,5	8,2	17,8	0,1	2,2	-		76,87	37,0%	-
1990	-	-	28,0	3,4	8,8	1,0	3,9	-		45,10	-41,3%	-
1991	-	-	28,4	-	9	-	7,5	-		44,90	-0,4%	-
1992	-	-	16,7	-	5,6	-	9,8	-		32,10	-28,5%	-
1993	-	-	16,4	-	6,8	-	21,0	-		44,20	37,7%	-
1994	-	-	14,5	-	8,5	-	40,2	-		63,20	43,0%	-
1995	-	-	7,7	-	7,5	-	59,8	-		75,00	18,7%	-
1996	-	-	1,6	-	4,8	-	93,4	-		99,80	33,1%	-
1997	-	-	-	-	0,9	-	106,8	0,7		108,40	8,6%	-
1998	-	-	-	-	0,2	-	105,1	0,0		105,30	-2,9%	-
1999	-	-	-	-	0,03	-	96,9	0,2	0,3	97,13	-7,8%	-
2000	-	-	-	-	-	-	93	-	0,5	93,5	-3,7%	-
2001	-	-	-	-	-	-	70,0	-	1,6	71,6	-23,4%	-
2002	-	-	-	-	-	-	72,0	-	2,9	74,9	4,6%	-
2003	-	-	-	-	-	-	52,0	-	3,5	55,5	-25,9%	-
2004	-	-	-	-	-	-	59,0	-	7,3	66,3	19,5%	-
2005	-	-	-	-	-	-	46,2	-	6,6	52,8	-20,4%	-
2006	-	-	-	-	-	-	31,4	-	6,3	37,7	-28,6%	8,517
2007	-	-	-	-	-	-	25,4	-	5,8	31,2	-17,2%	24,287
2008	-	-	-	-	-	-	22,4	-	5,2	27,6	-11,5%	43,503
2009	-	-	-	-	-	-	20,3	-	5,4	25,7	-6,9%	42,778
2010	-	-	-	-	-	-	18,2	-	6,6	24,7	-3,8%	53,964
2011	-	-	-	-	-	-	18,2	-	6,7	24,9	0,8%	60,852

* Variação das vendas de música gravada nos suportes físicos comparando o ano vigente com o anterior.

** Mídias digitais é o termo utilizado pela ABPD para designar a venda de música gravada em formato eletrônico como em lojas da internet como o iTunes,

ANEXO II

Gráfico da evolução das vendas conforme anexo I excluindo dados do “CD *single*” (insignificantes graficamente).

